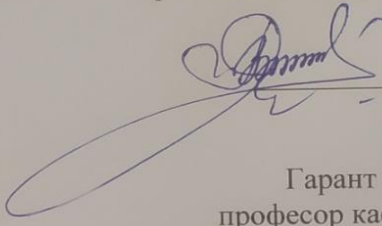


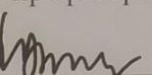
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра глобальної економіки

“ 07 ” 05 ” 20__ р.
Декан гуманітарно-педагогічного
факультету
“ТВЕРДЖУЮ”
НАСАВИЦЬКА

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО
на засіданні кафедри
глобальної економіки
протокол № 11 від «06» травня 2022 р.


Завідувач кафедри
Н. ВДОВЕНКО

”РОЗГЛЯНУТО”
Гарант ОП «Журналістика»
професор кафедри журналістики
та мовної комунікації

Марина НАВАЛЬНА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕДІАМОНІТОРИНГ АГРОРИНКУ

спеціальність 061 - «Журналістика»
освітня програма «Журналістика»
Факультет (ННІ) гуманітарно-педагогічний
Розробники: к.е.н., доцент Герасименко Н. А.

Київ – 2022 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Медіамоніторинг агроринку

(назва)

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Магістр</i>	
Спеціальність	061 – <i>Журналістика</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>залік</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	
Семестр	2	
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	
Лабораторні заняття	<i>год.</i>	
Самостійна робота	<i>90 год.</i>	
Індивідуальні завдання	<i>год.</i>	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>4 год.</i>	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Мета: досягнення синтезу базових уявлень у сферах соціології, маркетингу агробізнесу та PR та поєднання його з практичним знанням такої комунікативної технології як медіамоніторинг; формування та розвиток інструментальних компетенцій щодо інформаційних процесів в медіа; освоєння теоретичних та практичних основ медіамоніторингу аграрного ринку.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Медіамоніторинг агроринку» є:

- опанування знань щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування та управління;
- розширення знань щодо особливостей формування та функціонування аграрного ринку та медіаспецифіки;
- ознайомлення з основами медіа-планування та медіа-стратегій та медіа-моніторингу;
- засвоєння навичок здійснення медіа моніторингу аграрного ринку з використанням сучасних інформаційно-комунікативних технологій

- оволодіння методами виявлення джерел інформації, їх аналіз, забезпечення надійності та достовірності інформації;
- оволодіння засобами вербального спілкування: публічні виступи, полеміка, дискусії, консультації тощо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- зміст поняття аграрний ринок та його складові елементи;
- основні поняття, терміни та категорії медіа моніторингу;
- способи та інструменти медіа моніторингу;
- специфіку функцій нових медіа засобів і медіа технологій;

вміти:

- визначати мету та завдання медійних проєктів/кампаній та критеріїв ефективності їх реалізації;
- визначати ефективність медіа технологій, моделей, каналів;
- використовувати сучасні інформаційні технології для здійснення моніторингу аграрного ринку;
- аналізувати інформацію отриману з різноманітних джерел та готувати медіа звіти за результатними проведеного медіа моніторингу;
- володіти сучасними засобами здійснення медіа моніторингу, пошуку та аналізу інформації, особливо стосовно аграрного ринку.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК): ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.)

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

**3. Програма та структура навчальної дисципліни для:
повного терміну денної (заочної) форми навчання;**

Назви змістових розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд	с. р.		л	п	лаб.	інд	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Процес комунікації та його елементи												
Тема 1. Поняття соціальної і масової комунікації, процес комунікацій	19	4	4			11						
Тема 2 Інформація як головна складова комунікації	19	4	4			11						
Тема 3. Система засобів масових комунікацій	19	4	4			11						
Тема 4. Основні поняття	18	3	3			12						

аграрного ринку												
Разом за змістовим розділом 1	75	15	15			45						
Змістовий модуль 2. Медіа технології та їх застосування в сучасному суспільстві: Основні концепції й теоретичні підходи до моніторингу аграрного ринку												
Тема 5. Медіапланування як комунікативна технологія	19	4	4			11						
Тема 6. Медіамоніторинг та основні його складові	19	4	4			11						
Тема 7. Основні параметри медіа моніторингу	19	4	4			11						
Тема 8. Особливості медіа моніторингу аграрного ринку	18	3	3			12						
Разом за змістовим розділом 2	75	15	15			45						
Усього годин	150	30	30			90						

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Поняття соціальної і масової комунікації, процес комунікацій	4
2	Інформація як головна складова комунікації	4
3	Система засобів масових комунікацій	4
4	Основні поняття аграрного ринку	3
5	Медіапланування як комунікативна технологія	4
6	Медіамоніторинг та основні його складові	4
7	Основні параметри медіамоніторингу	4
8	Особливості медіамоніторингу аграрного ринку	3

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

1. У чому полягає універсальність методу аналізу в журналістиці?
2. Чим найголовнішим відрізняється аналітична журналістика від інформаційної?
3. Яку небезпеку несе наявність суб'єктивного елемента в матеріалі?
4. Чим найперше відзначається (вимірюється) майстерність журналіста-аналітика?

5. До чого у часі зобов'язують журналіста-аналітика живі факти і явища?
6. У чому полягає значення діалогічної подачі матеріалу?
7. Що таке інтерпретація?
8. У чому різниця між індукцією і дедукцією?
9. Що таке аналогія як форма аналізу?
10. Що є найголовнішим обов'язком журналіста-аналітика?
11. Чим відрізняється кореспонденція від новини?
12. Які види кореспонденції і чим вони відрізняються?
13. Яке головне завдання аналітичної кореспонденції?
14. Якими шляхами журналіст отримує потрібну для кореспонденції інформацію?
15. Що є предметом дослідження у статті?
16. Яке завдання статті?
17. У чому перевага статті над іншими аналітичними жанрами?
18. Назвіть етапи роботи над статтею.
19. Які дії журналіста на першій стадії роботи над оглядом?
20. Дайте визначення жанру огляду.
21. Загальні властивості інформації.
22. Основні види інформації в суспільстві.
23. Масова інформація та її види.
24. Функції масової інформації.
25. Специфічні властивості масової інформації.
26. Інформаційні канали та особливості розвитку сучасних медіа.
27. Медійні ресурси комунікативних технологій.
28. Специфіка засобів масової комунікації.
29. Інформаційні, рекламні та PR - агентства в системі СМК.
30. Оцінка ефективності засобів масової комунікації.
31. Види масової комунікації.
32. Поняття вербальної комунікації і її форми.
33. Інформаційні канали та особливості розвитку засобів масової комунікації в сучасних умовах.
34. Шляхи розвитку засобів масової комунікації
35. Інформаційна кампанія.
36. Ситуативний аналіз медійного простору.
37. Основні виміри медіа планування.
38. Процес медіапланування. Медіабайнг.
39. Поняття про індекси відповідності.
40. Основні принципи успішної інформаційної кампанії.
41. Поняття аграрний ринок. Його трактування.
42. Визначення понять «попит» та «пропозиція» на аграрному ринку
43. Практика встановлення цін на аграрну продукцію. Вплив цінової еластичності на встановлення ціни.
44. Практика здійснення моніторингу цін на аграрну продукцію
45. Необхідні умови функціонування аграрного ринку.
46. Охарактеризуйте структуру аграрного ринку України.
47. В чому проявляються особливості пропозиції аграрних підприємств?
48. Які особливості попиту на сільськогосподарську продукцію?
49. Дайте визначення еластичності попиту на продовольство.
50. Опишіть основні цілі та завдання медіа моніторингу
51. Охарактеризуйте основні інформаційні джерела для проведення медіа моніторингу аграрного ринку
52. Які засоби спеціалізовані (аграрні) засоби масової інформації ви знаєте. В чому особливості кожного з них?

53. Опишіть зв'язок між медіа плануванням та медіа моніторингом
54. Назвіть основні параметри медіа моніторингу
55. Мета та завдання кількісного аналізу при медіа моніторингу
56. Мета та завдання якісного аналізу при медіа моніторингу
57. Особливості збору та аналізу даних медіа моніторингу
58. Особливості проведення медіа моніторингу аграрних ЗМІ
59. Формування моніторингових звітів та представлення результатів моніторингу
60. Категоризація інформації та особливості її моніторингу на аграрному ринку

ПАКЕТ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

Яке слово пропущене в реченні?

Важливою засадою пізнання всього є _____, стан постійної суперечки в обговоренні важливих проблем.	(у бланку відповідей подати одним словом)
--	---

Дати визначення

Інтерпретація – це	(у бланку відповідей подати визначення)
--------------------	---

1. Інтерпретація – це:

1	узагальнення і тлумачення фактів;
2	збір і аналіз доказів;
3	процес підготовки аналітичного матеріалу;
4	проведення фундаментальних наукових досліджень в аграрному секторі.

2. Розставити форми журналістського аналізу відповідно до їх визначення (трактування):

А. Аналогія Б. Дедукція В Індукція	1. це перехід від одиничних фактів до загальних положень; 2. це встановлення подібності між різними фактами, подіями, явищами; 3. тлумачення загальних положень конкретними фактами;
--	--

3. Кореспонденція існує у двох видах:

1	інформаційна і аналітична
2	оптимістична і песимістична
3	аналітична і синтетична
4	регулярна і періодична
5	всі відповіді вірні

4. Ринок являє собою:

1	механізм здійснення контактів між виробниками і споживачами товарів;
2	сукупність економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація товарів
3	своєрідний інструмент узгодження інтересів виробництва і споживання
4	Усі відповіді є вірними.

5. Вибрати коректні (правильні) визначення предмету та завдання статті:

А. Предметом дослідження в статті є	1. соціальна проблема, що стосується широкої аудиторії. 2. відтворення думок здійснюється переважно <u>дедуктивним</u> способом;
Б. Завдання статті -це	3. порушити проблему, пояснити її суть і на основі аналізу фактів і подій виявити явище, вказати причини його виникнення, передбачити тенденції і наслідки; 4. вести читача від конкретних фактів до їх широкого узагальнення і висновків; 5. факти та коментарі, що мають бути відображені у матеріалі;

6. Основними групами інтересів при формуванні аграрної політики країни є:

1	PR спеціалісти та прес-служби міністерств, що опікуються питаннями розвитку аграрного ринку,
2	політики, які формують аграрну політику країни; державні службовці, що управляють галуззю; групи суспільства, які формують аграрне лоббі;
3	політики, які формують аграрну політику країни та групи суспільства, які формують аграрне лоббі,

4	Аграрні ЗМІ, що висвітлюють події в Україні та закордоном;
---	--

7. Розставити заходи регулювання внутрішнього агропродовольчого ринку, щодо їх впливу на ріст рентабельності сільськогосподарського виробництва:

А. Заходи, що мають вплив на ріст рентабельності сільськогосподарського виробництва;	1. Виробничі квоти; 2. Податки на вироблену продукцію; 3. Прямі цінові субсидії виробникам; 4. «Зелений туризм»;
Б. Заходи, що не мають впливу на ріст рентабельності сільськогосподарського виробництва.	5. Прямі платежі в доход фермерів; 6. Добровільні обмеження на використання сільськогосподарських угідь. 7. Газифікація та електрифікація сільської місцевості.

8. Якщо в країні спостерігається перевиробництво аграрної продукції то це називається:

1	профіцит;
2	дефіцит;
3	інфляція.
4	дифляція

9. Медіамоніторинг передбачас:

1	кількісний аналіз і якісний аналіз
2	спеціальний аналіз і загальний аналіз;
3	статистичний та публіцистичний аналіз
4	Аналіз аграрної політики держави;

10. Особливістю медіамоніторингу аграрного ринку є?

1	Необхідність мати базові знання з аграрної політики;
2	Знання з проведення кількісного та якісного аналізу;
3	Володіння навиками використання сучасних інструментів медіамоніторингу
4	Всі відповіді вірні;

8. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, робота в малих групах, семінари- дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (почат-кові) ігри, метод проектної роботи, комп'ютерні симуляції, метод Дельфі, метод сценаріїв, банки візуального супроводу.

9. Форми контролю

Усний контроль у вигляді індивідуального та фронтального опитування. Письмовий контроль у вигляді модульних контрольних робіт, самостійних письмових робіт, поточного тестування.

10. Розподіл балів, які отримують студенти. Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано

74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$.

11. Методичне забезпечення

Герасименко Н.А., Кірейцева О.В. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів з дисципліни «Медіамоніторинг агроринку» ОС «Магістр» за напрямом 061 «Журналістика» в аграрних вищих навчальних закладах III – IV рівнів акредитації. Денна та заочна форми навчання. К.: Видавництво НУБіП України. – 2022.

12. Рекомендована література

Основна

1. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Мкртчян О.М., Нескуба Т.В. Навчальний посібник: Маркетингові комунікації. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 236 с.
2. Сиволовська О.В., Нескуба Т.В., Александрова О.Ю., Мкртчян О.М. Implementation of innovative marketing technologies for higher efficiency of the marketing communication complex. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/08/shsconf_NTI-UkrSURT2019_04013/shsconf_NTI-UkrSURT2019_04013.html
3. Wimmer R. Mass media research. Cengage learning/ R. Wimmer, J. Dominick.- California: Wadsworth 2013.-496p.
4. Кузнецова О.Д. Аналітичні методи в журналістиці. – Львів, 2002
5. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / За заг. ред. К. Г. Сіриньок-Долгарьової. – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 156 с.
6. Різун В. В. Моніторинг у системі методів журналістикознавства: основні засади // Режим доступу : http://ni.biz.ua/17/17_2/17_28408_neyroinformatika.html.
7. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. / за наук. ред. В.
8. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2010. 258 с.
9. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : центр вільної преси, 2003. 200 с
10. Аграрна політика: навчальний посібник / С.М. Кваша, А.Д. Діброва, О.В. Жемойда. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2018 – 388с.
11. [Аграрний устрій України : наукове видання ; за ред. Ю.О. Лупенка, М.Ф. Кропивка – К.: ННЦ «ІАЕ», 2017. – 72 с.](#)
12. Кваша С.М., Григор'єв С.О. / Сутність та особливості аграрного ринку. // Вісник ОНУ ім. Мечникова, 2016.Т.21. Вип.8 (50) – С.56-59.

Допоміжна

1. Закон України “Про державну підтримку сільського господарства України” № 191-VIII від 12 лютого 2015 року.
2. Белікова Ю.В. Технологія створення онлайн анкети для маркетингово-моніторингових опитувань за допомогою google forms // менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: збірник наукових статей ів міжнародної науковопрактичної internet - конференції .–Харків.: НФаУ, 2016.–659с.- С.67-74.

3. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. – К.: Видавничий дім „Києво-Могилянська академія”, 2008. – 206 с
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – - Київ: Центр вільної преси, 2012. - 352 с. //Електронний ресурс. Режим доступу: <http://balakliya-school2.edu.kh.ua/Files/downloads/Медіа%20підручник.pdf>.
5. Стратегії дослідження екранних медіа / НАН України ; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. К., 2013. 356 с. Електронний ресурс. Режим доступу:: https://www.etnolog.org.ua/pdf/ns/ns_2013.pdf
6. Майовець Є. Й. Теорія аграрних відносин : [навч. посіб.]. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. С. 45-78.
7. Економіка аграрного сектору : [навч. посіб.] В. К. Збарський, М. А. Лендел, В. І. Мацибора, А. А. Чалий; за ред. чл.-кор. УААН, професора М. А. Лендела. К. : НУБіПР України, 2009. С. 5-32.
8. Осташко Т. О. Ринкова трансформація аграрного сектора. К. : Фенікс, 2003. С. 175-210
9. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери. Ужгород : ІВА, 2005. С.103-189.

13. Інформаційні ресурси

1. <https://latifundist.com/> - Національний агропортал
2. <https://elevatorist.com/> - Головний елеваторний сайт країни
3. <https://kurkul.com/> - Інтернет-асистент фермера
4. <https://agropolit.com/> - Новини агрополітики
5. <https://traktorist.ua/> - Біржа сільгосптехніки
6. <https://superagronom.com/> - Сайт для агрономів
7. <http://journalib.univ.kiev.ua> – Електронна бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
8. <http://j-school.kiev.ua> — Сайт Могилянської школи журналістики Національного університету “Києво-Могилянська академія”
10. <http://www.telekritika.ua> – Сайт «Телекритика»
11. <http://www.mediakrytyka.info> - Сайт “Медіакритика”
12. <http://imi.org.ua> - Сайт Інституту Масової Інформації
13. <http://www.aup.com.ua> – Сайт Академії Української преси
14. <http://irrp.org.ua> – Сайт Інституту розвитку регіональної преси
15. <http://en.rsf.org> – Сайт Міжнародної організації «Репортери без кордонів» (Reporters without Borders)
16. <http://osvita.mediasapiens.ua> - Медіаосвітній портал “Mediasapiens”