



Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАМОНІТОРИНГ АГРОРИНКУ»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність 061 – Журналістика
Освітня програма «Журналістика»
Рік навчання 1,
семестр II
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 5 Мова
викладання українська

к.е.н., доцент Герасименко Наталія Анатоліївна
Natali_gerasimenko@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5227>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

«Медіамоніторинг агроринку» як навчальна дисципліна дає можливість опанувати методичні та методологічні підходи до проведення медіа моніторингу аграрного ринку та систематизувати знання стосовно особливостей масових комунікацій, навиків роботи зі ЗМІ, медіапланування, функціонування аграрного ринку.

Вивчення навчальної дисципліни «Медіамоніторинг агроринку» сприятиме підвищенню рівня підготовки журналістів, формуванню у них навичок науковоаналітичного опрацювання проблем аграрного сектору з позиції висвітлення інформації, дає можливість опанувати теоретичні підходи як до медіапланування так і до медіамоніторингу. Отримані знання дають можливість підвищити професійну компетентність в питання розвитку аграрного ринку, формуванні аграрної політики та ролі ЗМІ. Дисципліна спрямована на розширення знань слухачів в питаннях інформації, комунікації, та в цілому роботи з медіа.

Мета курсу: 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.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

СК09. Здатність створювати контент для інформаційного супроводу агросектору та ефективно просувати медійний продукт.

програмні результати навчання (ПРН):

ПРН02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень.

ПРН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

ПРН15. Створювати якісний контент для інформаційного супроводу агросектору.

СТРУКТУРА КУРСУ

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <p>Тема 1. Поняття соціальної і масової комунікації, процес комунікацій</p> | <p>4/4</p> | <p>Знати: основні поняття аграрного ринку, сутність поняття соціальної і масової комунікації, процес комунікацій;</p> | <p>Підготовка до лекцій. Виконання та здача практичних завдань. Виконання</p> | <p>Усне опитування. Тести, завдання. Модульна тестова робота</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|

| | | | | |
|------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Тема 2. Інформація як головна складова комунікації | 4/4 | систему засобів масових комунікацій | самостійної роботи. | |
| | | Вміти: визначати ефективність медіа технологій, моделей, каналів аналізувати інформацію про суб'єктів аграрного ринку та їх діяльність, особливості його функціонування | | |
| Тема 3. Система засобів масових комунікацій | 4/4 | | | |
| Тема 4. Основні поняття аграрного ринку | 3/3 | | | |
| Модуль 2 | | | | |
| Тема 5. Медіапланування як комунікативна технологія | 4/4 | Знати: комунікаційні технології такі як медіа планування; основні підходи до здійснення медіамоніторингу, його цілі та завдання; специфіку здійснення медіа моніторингу аграрного ринку | Підготовка до лекцій. Виконання та здача практичних завдань. Виконання самостійної роботи. | Усне опитування. Тести, завдання. Модульна тестова робота |
| Тема 6. Медіамоніторинг та основні його складові | 4/4 | | | |
| Тема 7. Основні параметри медіа моніторингу | 4/4 | | | |

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------|
| Тема 8. Особливості медіа моніторингу аграрного ринку | 3/3 | Вміти: 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 | | |
| Можливість отримання додаткових балів: | Додаткові бали можна отримати за підготовку доповіді та участь в студентській конференції | | | до 10 балів |
| Всього за 2 семестр | | | | 70 |
| Екзамен | | | | 30 |
| Всього за курс | | | | 100 |

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

| | |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Політика щодо дедлайнів та перескладання</i> | Роботи, виконані із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора, якщо на це є поважні причини (наприклад, лікарняний лист) |
| <i>Політика щодо академічної доброчесності</i> | Списувати під час контрольних робіт та екзаменів заборонено (як і використовувати мобільні девайси). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу |
| <i>Політика щодо відвідування</i> | Відвідування занять є обов'язковим. Через об'єктивні причини (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватися індивідуально (в онлайн-форматі за погодженням із деканом факультету) |

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

| Рейтинг здобувача вищої освіти, бали | Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків | |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------|
| | екзаменів | заліків |
| 90-100 | відмінно | зараховано |
| 74-89 | добре | |
| 60-73 | задовільно | |
| 0-59 | незадовільно | не зараховано |

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_NTIUkrSURT2019_04013.html
3. Wimmer R. Mass media research. Cengage learning/ R. Wimmer, J. Dominick.- California: Wadsworth 2013. 496р.
4. Кузнецова О.Д. Аналітичні методи в журналістиці. – Львів, 2002
5. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / За заг. ред. К. Г. СіріньокДолгарьової. 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. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2010. 258 с.
8. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : центр вільної преси, 2003. 200 с
9. Аграрна політика: навчальний посібник / С.М. Кваша, А.Д. Діброва, О.В. Жемойда. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2018. 388с.
10. [Аграрний устрій України : наукове видання ; за ред. Ю.О. Лупенка, М.Ф. Кропивка – К.: ННЦ «ІАЕ», 2017. – 72 с.](#)
11. 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. національного університету імені Тараса Шевченка
9. <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”