



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

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр Спеціальність

061 «Журналістика»

Освітня програма «Журналістика»

Рік навчання 4, семестр 8

Форма навчання *денна*

Кількість кредитів ЄКТС 6

Мова викладання *українська*

доцент Савенко Олександр Миколайович

savenko_om@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/user/index.php?id=4779&newcourse=1>

Мета навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» – сформувати у студентів-журналістів знання про особливості управлінської діяльності медіа як системи виробництва, про управлінські задачі медіапідприємств, засоби й інструменти їх розв'язання, особливості дистрибуції медіапродукції; поєднати оволодіння теорією з виробленням навичок практичного застосування прийомів і засобів менеджменту й маркетингу.

Завдання навчальної дисципліни:

Ознайомити студентів-журналістів з поняттям «медіаменеджмент»; структурувати накопичений в країні та за її межами досвід роботи у сфері менеджменту медіа; висвітлити особливості реалізації концепцій та принципів менеджменту в медіа; висвітлити завдання медіаменеджменту; забезпечити осмислення студентами стилів керівництва, основних умінь і професійних якостей керівника, особистісно зумовлених правил менеджменту; ґрунтовно висвітлити чільні прийоми, засоби здійснення менеджменту в медіа; сформувати комплексні уявлення про маркетингові завдання медіапідприємств; розвивати навички стратегічного маркетингового аналізу й планування; формувати й розвивати навчальні компетенції у сфері брендингу; сформувати вміння розробки комунікаційних кампаній із просування ЗМІ та їх продуктів на медіаринку; сформувати уявлення про практику дистрибуції медіапродукції, принципи ціноутворення.

У результаті вивчення навчальної дисципліни та засвоєння лекційного курсу, підготовки завдань практичних занять, участі в дискусіях та ділових іграх, вивчення наукової літератури, а також самостійних занять студент має здобути системне уявлення про принципи та завдання медіаменеджменту.

Він має знати:

- зміст поняття «медіаменеджмент»;
- історію й сучасний стан розвитку менеджменту медіа за кордоном і в Україні;
- сучасні концепції теорії управління й теорії мотивації;
- принципи й завдання медіаменеджменту;
- різницю між стилями керівництва;
- головні професійні уміння і якості менеджера;
- принципи створення організаційної структури медіа та управління нею;
- алгоритм складання бізнес-плану редакції;
- основи стратегічного й операційного маркетингу,
- зміст та структуру маркетингового комплексу медіапідприємств;
- маркетингові стратегії медіакомпаній, принципи й технологію їхньої розробки;
- методики маркетингового аналізу,
- системи виміру аудиторії ЗМІ, способи використання отриманої інформації;
- класичні й сучасні теорії й інструменти брендингу;
- технології створення медіабрендів, а також портфелів брендів медіакомпаній;
- основи ціноутворення в медіасфері; □ специфіку дистриб'юторської діяльності медіакомпаній.

вміти:

- використовувати термінологічний і понятійний апарат науки;
- осмислено обирати стиль професійного керівництва;
- використовувати типові прийоми, заходи й інструменти менеджменту;
- застосовувати на практиці основи стратегічного і тактичного планування.

Набуття загальних компетентностей (ЗК):

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК07. Здатність працювати в команді.

Набуття спеціальних (фахових, предметних) компетенцій (СК):

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

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

Набуття програмних результатів навчання (ПР):

ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

Структура навчальної дисципліни «МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ»

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Семестр VIII (іспит)				
Змістовий модуль 1. Медіаменеджмент як мистецтво управління.				
Тема 1. Менеджмент в мас-медіа як наука, мистецтво управління та навчальна дисципліна. Поняття про медіаменеджмент. Основні напрямки вивчення медіаменеджменту.	2/2	Знати основні поняття, завдання, функції, різновиди, форми менеджерської діяльності в Україні і в країнах розвинутої демократії;	Практична робота	4

Тема 2. Інформаційний ринок та форми організації медіабізнесу Журналістська інформація як товар. Закономірності формування і розвитку, аспекти і структура інформаційного ринку в Україні.	2/2	Мати уявлення про те, що таке інформаційний ринок, його структуру і особливості функціонування в Україні; знати способи і методи створення інформації і перетворення її у товар	Практична робота	4
Тема 3. Організація медіа як система процесів. Система законів організації медіа.	2/2	Розуміти особливості і своєрідність діяльності медіа в системі суспільних координат	Практична робота	4
Тема 4. Управління фінансування медійних проєктів.	2/2	Отримати ґрунтовне розуміння принципів функціонування	Практична робота	4

Кредитне фінансування бізнесу. Основи фінансового успіху медіа.		інформаційного ринку; знати що таке невідійний проєкт, яким чином організувати його фінансування, просування і реалізацію як одного з основних методів забезпечення життєдіяльності ЗМІ в інформаційному просторі України		
---	--	---	--	--

<p>Тема 5. Планування та бюджет. Стратегія прибутковості. Реклама та фандрайзинг. Поняття про кредитні організації та кредитування. Засоби забезпечення повернення кредиту.</p>	2/2	<p>Уміти аналізувати потреби ринку і можливості їх забезпечувати з точки зору спроможності власної редакції медіа; задумувати, створювати і реалізовувати медійні бізнес-проекти від організаційноцільового до фінансовокредитного аспектів</p>	Тести	4
<p>Тема 6. Основі поняття й принципи методів і стилів управління. Адміністративноправові, економічні й соціально-психологічні методи управління. Суть і види комунікацій. Техніка проведення перемовин всередині редакції та за її межами.</p>	2/2	<p>Знати основні законні способи і методи ведення медіабізнесу; оволодіти з допомогою організації на заняттях рольових ігор елементарними навичками ведення переговорів – від вибору місця першої зустрічі до підписання угоди з партнерами.</p>	Практична робота	5
<p>Тема 7. Редакційний колектив як осередок. Керівні органи управління засобу масової інформації. Організаційна</p>	2/2	<p>Опанувати за допомогою шведської моделі навчання навичками менеджерської роботи у редакційному</p>	Практична робота	4

<p>структура редакції і система редакційного підпорядкування.</p>		<p>колективі, «вжитися» у функціональні обов'язки як журналіста, так і менеджера; вивчити основні схеми взаємозв'язків, підпорядкування всередині підрозділу, колективу.</p>		
---	--	--	--	--

Змістовий модуль 2. Інструментарій практичного менеджменту в організації роботи типового засобу масової інформації класичного зразка.				
<p>Тема 8. Посадові обов'язки членів редакційного колективу. Організація системи роботи творчих та адміністративних підрозділів, системи звітності та контролю виконання завдань.</p>	2/2	<p>Розуміти суть і завдання виробничого процесу по створенню інформаційного продукту; оволодіти основними якостями менеджерських і журналістських функцій для виконання оперативних і стратегічних завдань.</p>	Практична робота	5
<p>Тема 9. Редакційна політика, роль, місце, функції, права та обов'язки засновників ЗМІ та трудового колективу. Методи боротьби за дотримання принципів, норм і правил затвердженої редакційної політики у практичній журналістській діяльності. Співпраця з громадськими організаціями, які мають осередки в редакціях і мають вплив на членів колективу, зокрема, із профспілками.</p>	2/2	<p>Знати права, обов'язки і повноваження власників (чи засновників) ЗМІ, керівного складу редакційного колективу та кожного його члена. Уміти моделювати та підтримувати створення доброзичливої атмосфери у колективі; уміти дотримуватися принципів ієрархічного підпорядкування при загально демократичному стилі керівництва.</p>	Практична робота	5

--	--	--	--	--

<p>Тема 10. Планування роботи редакційного колективу у виробничому, адміністративному та творчому аспектах. Види планування роботи творчих підрозділів – перспективне (річне), квартальне, місячне, тижневе, щоденне. Тематичне планування. Особисте планування. Редакційне завдання та персональна журналістська ініціатива</p>	2/2	<p>Уміти організувати свою творчу й адміністративну оперативну, перспективну або довгострокову роботу; навчитися гармонічно поєднувати власні завдання і плани з планами і завданнями колективу.</p>	Практична робота	5
---	-----	--	------------------	---

<p>Тема 11. Практичні методи управління персоналом відповідних підрозділів – сектору, відділу, департаменту чи управління. Теорії мотивації та особливості їх реалізації в практиці мас-медіа. Принципи й завдання медіаменеджмента.</p>	2/2	<p>Володіти психологічними, соціокомунікативними методами і прийомами поведження і керівництва колегами; вміти користуватися різноманітними мотиваційними факторами і методами роботи і впливу як на колеги, партнерів, так і аудиторії.</p>	Практична робота	5
---	-----	--	------------------	---

<p>Тема 12. Практичні рекомендації по організації і дотриманню позитивного клімату у ЗМІ. Орієнтація на результат, внесок до загальної справи, використання сильних сторін, позитивне мислення членів</p>	<p>2/2</p>	<p>Практичні рекомендації із власного досвіду роботи і керівництва різними засобами масової інформації й адміністративними установами</p>	<p>Практична робота</p>	<p>5</p>
<p>журналістського колективу як одне з головних завдань медіаменеджменту.</p>				
<p>Тема 13. Підсумкове обговорення з метою увиразнення головних завдань менеджменту в конкретних мас-медіа: від постановки цілей, організації й координування прийняття рішень – до організації системи відзначення успіхів кожного працівника, їхнього морального та матеріального заохочення та вжиття</p>	<p>5/5</p>	<p>Навчитися бути у майбутньому ефективним працівником і керівником</p>	<p>Практична робота</p>	<p>10</p>

заходів щодо розвитку їхніх здібностей.				
Всього за 1 семестр				70
Іспит				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних модульних робіт та екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі 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

Базова

1. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>
2. Д'Інка В. Менеджмент ЗМК. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. – 60 с.
3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2012. – 352 с.
6. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями. – К.: КУЛ; КноРус, 2003. – 381 с.
7. Іванов В. Шляхи підвищення популярності періодичної преси // Сучасний медіаменеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – С. 7-25.
8. Каталізатор реформи чи публічне приниження? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novadoba.com.ua/21924-katalizator-reformy-chy-publichne-prynyzhennya.html>
9. Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду. Наукові записки / scientific papers. 2015. 1 (50).
10. Сучасний менеджмент. – Львів: Центр Європи, 1995. – 175 с.
11. Мудра І. М. Маркетингові стратегії регіональних газет як інструментарій завоювання популярності (на прикладі газет «Високий Замок» і «Експрес») // Поліграфія і видавнича справа випуск. № 3–4 (63–64).2013.Режим доступу: http://www.uad.lviv.ua/uploads/book/pivs/Polihraf_63_64.pdf
12. Недопитанский М. Журналістський менеджмент.–К.:Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 1999. – 41 с.

13. Плошайський П. Нові стратегії менеджменту для нової економіки. – К.: Консорціум із вдосконалення бізнес-освіти в Україні, 2000. – 35 с.
14. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52548
15. Редактори готуються до реформи державних і комунальних друкованих ЗМІ, яка може розпочатися восени [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coe.int/uk/web/kyiv/-/the-editors-are-getting-ready-to-reform-of-state-and-communal-print-media-which-can-be-launched-in-autumn>
16. Робінс С. П., ДеЧенцо Д. А. Основи менеджменту. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. – 671 с.
17. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с.
19. Форменко В. К. Журналістський менеджмент: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». – Харків, 2007. – 23 с.
20. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.
21. Хіт Р. Кризовий менеджмент для керівників. – К.: Наукова думка, 2002. – 566 с.
22. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання. Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-51/44.pdf>
23. Штефан Р.-Моль. Журналістика: Посібник / Пер. з нім. В.Климченко; наук. ред. В.Іванов. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.

Допоміжна література

1. Алан Б. Альбарран. Менеджмент електронних ЗМІ. - К.: Наука, 2009.
2. Андрушків Б. Основи менеджменту. – Львів: Світ, 1995. – 294 с.: <https://books.google.com.ua/books?>
3. Ламберт Т. Ключові проблеми керівника. – К.: Наук. думка, 2001. – 303 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://www.cir.org>. (“ColumbiaJournalismReview”).
2. <http://www.fair.org>. (“FairnessandAccurasyinReporting”).
3. <http://www.inter.ua/ua/> (Офіційний сайт ТРК “Інтер”).
4. <http://www.ifj.org>. (Міжнародна Федерація журналістів (IFJ – InternationalFederationofJournalists)).
5. www.ji.lviv.ua (Незалежний культурологічний часопис “І”).
6. <http://www.mediachannel.org>. (“MediaChannel”).
7. <http://mediaed.org>. (MediaEducationFoundation).
8. <http://www.mediakrytyka.info> (“Медіакритика” – видання Інституту екології масової інформації ЛНУ ім. Івана Франка).
9. <http://www.presswise.org.uk>. (“PressWiseTrust”).

10. <http://www.1plus1.net/> (Офіційний сайт ТРК “1+1”).
11. <http://post.semiotics.ru/> (Сайт семіотики).
12. <http://lamp.semiotics.ru/index.htm> (Семіотико-культурологічний журнал “Зелена лампа”).
13. <http://www.telekritika.kiev.ua/> (Інтернетвидання “Телекритика”).
14. <http://yanko.lib.ru/gum.html> (Бібліотека Слави Янко).
15. <http://www.audytoriya.lviv.ua>
16. MOnline.org.ua" – молодіжний портал
17. <http://www.monline.org.ua>
18. <https://www.ukr.net/ua/>

Додаткові електронні ресурси

1. Законодавча база України // portal.rada.gov.ua
2. Сайт Офісу Президента України.
3. Закон США про свободу інформації.
<http://www.medialaw.ru/publications/books/modern/77.html>
4. Закон США про відкритість уряду
<http://www.medialaw.ru/publications/books/modern/78.html>
5. Рекомендація Комітету Міністрів Ради Європи Rec (2002) № 2 „Про доступ до офіційних документів” <http://www.coe.kiev.ua/bul/bul10/text27.htm>
6. Правова позиція Інституту Медіа Права щодо нової редакції Закону України „Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення”
<http://www.telekritika.kiev.ua/ur-cons/?id=21480>
7. Справа Європейського суду з прав людини „Фрессоз і Руар проти Франції”
<http://www.medialaw.ru/article10/6/2/10.htm>
8. Справа Європейського суду з прав людини „Принцеса Ганноверська проти Німеччини” <http://www.medialaw.ru/article10/6/2/44.htm>
9. Рекомендація Ради Європи № R (2000) 7 „Про право журналістів не розкривати свої джерела інформації” <http://www.coe.kiev.ua/bul/bul10/text22.htm>
10. Рішення у справі Європейського суду з прав людини „Гудвін проти Великобританії” <http://www.medialaw.ru/article10/6/2/12.htm>
11. Рішення у справі Європейського суду з прав людини „Ромен і Шміт проти Люксембургу”
<http://www.medialaw.ru/article10/6/2/35.htm>
12. Рекомендація Ради Європи № R (97) 20 „Про наклепницькі висловлювання”
<http://www.coe.kiev.ua/bul/bul10/text15.htm>
13. Рішення у справі Європейського суду з прав людини „Лінгенс проти Австрії”
<http://www.medialaw.ru/article10/6/2/15.htm>
24. Рішення у справі Європейського суду з прав людини „Кастеллс проти Іспанії” <http://www.medialaw.ru/article10/6/2/11.htm>