



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

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ»

Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність 061 – «Журналістика»

Освітня програма – «06 Журналістика»

Рік навчання – 4, семестр – 8

Форма навчання – денна

Кількість кредитів ЄКТС – 5

Мова викладання – українська

доктор філологічних наук, проф. Семашко Тетяна Федорівна
semashko.tat@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4779>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

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 уміння розробки комунікаційних кампаній із просування ЗМІ та їх

продуктів на медіаринку; сформувані 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. Студент 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 сучасні теорії й інструменти брендингу;
- технології створення медіабрендів, а також портфелів брендів медіакомпаній;
- основи ціноутворення в медіасфері;

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 організувати 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/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Семестр VIII (іспит)				
Змістовий модуль 1. Медіаменеджмент як мистецтво управління.				
Тема 1. Тенденції медіаринку в епоху цифрових технологій. Сучасні трансформації медіагалузі в період цифрових технологій.	2/3	Мати уявлення про перерозподіл і трансформації ринку ЗМІ на основі конвергентності та кросмедійності.	Практична робота	5
Тема 2. Менеджмент як система управління. Медіаменеджмент. Менеджмент як процес управління. Історичний розвиток менеджменту та теоретичних поглядів на нього.	2/3	Знати основні поняття, завдання, функції, різновиди, форми менеджерської діяльності в Україні і в країнах розвинутої демократії.	Виконання самостійної роботи	20
Тема 3. Інформаційний ринок та форми організації медіабізнесу. Закономірності формування і розвитку, аспекти і структура інформаційного ринку в Україні.	2/3	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	Підготовка виступу з презентацією	30
Тема 4. Загальні принципи та основні завдання медіаменеджменту. Медіаринок і маркетингова інформація. Своєрідність організації медіаринку.	2/3	Отримати ґрунтовне розуміння основних завдань і принципів функціонування медіаринку.	Тестування	10

Тема 5. Типи ЗМІ та моделі медіаменеджменту. Медіабізнес і моделі медіаменеджменту.	2/3	Розуміти особливості і своєрідність діяльності медіа в системі суспільних координат. Знати структуру медіабізнесу і моделі медіаменеджменту.	Практична робота	5
Тема 6. Медіапідприємство: особливості організації та форми управління. Форми організації медіабізнесу.	2/3	Уміти аналізувати потреби ринку і можливості їх забезпечувати з точки зору спроможності власної редакції медіа; задумувати, створювати і реалізовувати медійні бізнес-проекти від організаційно-цільового до фінансово-кредитного аспектів.	Виконання тестового завдання	10
Тема 7. Брендменеджмент. Формування медіабренду. Бренд, брендинг, брендменеджмент.	2/3	Володіти стратегіями формування ефективних медіабрендів; знати бренди українських медіакомпаній.	Творче завдання	20
Змістовий модуль 2. Медіаменеджмент як система заходів у сфері масової комунікації. Інструментарій практичного менеджменту				
Тема 8. Основи поняття й принципи методів і стилів управління. Адміністративно-правові, економічні й соціально-психологічні методи управління.	2/3	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.	Практична робота	5

Тема 9. Інструменти практичного менеджменту в органах масової інформації. Медіапідприємство. Основні етапи створення. Організація та планування виробництва у ЗМІ.	2/3	Розуміти суть і завдання виробничого процесу по створенню інформаційного продукту; оволодіти основними якостями менеджерських і журналістських функцій для виконання оперативних і стратегічних завдань.	Творча робота: створення інформаційного продукту	20
Тема 10. Редакційний менеджмент. Редакційний колектив як осередок. Завдання та принципи менеджменту персоналу.	2/3	Опанувати навичками менеджерської роботи у редакційному колективі, «вжитися» у функційні обов'язки як журналіста, так і менеджера.	Виконання тестового завдання	15
Тема 11. Бізнес-планування в мас-медіа. Бізнес-план як інструмент управління підприємством.	2/3	Знати значення, різновиди, структуру, чинники та етапи бізнес-планування. Уміти скласти бізнес-план.	Укладання бізнес-плану редакції журналу	20
Тема 12. Фінансовий менеджмент. Реклама медіа та мас-медійної продукції. Цілі рекламування.	2/3	Знати що таке медійний проєкт, яким чином організувати його фінансування, просування.	Самостійна робота	10
Тема 13. Менеджмент новин. Роль новин в сучасному інформаційну просторі. Програмування новин. Структура відділу новин.	2/3	Володіти психологічними, соціокомунікативними методами і прийомами програмування новинної інформації.	Підготовка виступу з презентацією	30
Всього за 8 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. Барзилович О.М. Основи медіаменеджменту: навч. посіб. КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с.
2. 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>
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. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2012. 352 с.
6. 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, 2018.
7. Каталізатор реформи чи публічне приниження? [Електронний ресурс].
Режим доступу: <http://novadoba.com.ua/21924-katalizator-reformy-chy-publichne-prynyzhennya.html>
8. Мармаза І. Основи теорії менеджменту: Навчально-методичний посібник. Харків : ТОВ «Планета-принт», 2015. 139 с.
9. 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
10. 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
11. 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>
12. Робінс С. П., ДеЧенцо Д. А. Основи менеджменту. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2012. 671 с.
19. Форменко В.К. Журналістський менеджмент: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». Харків, 2017. 223 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. Київ : Наукова думка, 2012. 566 с.
22. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-51/44.pdf>

Допоміжна література

1. Алан Б. Альбарран. [Менеджмент електронних ЗМІ](#). Київ : Наука, 2009.
2. Андрушків Б. Основи менеджменту. Львів: Світ, 1995. 294 с. [Електронний ресурс].
Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books?>
3. Ламберт Т. Ключові проблеми керівника. Київ : Наук. думка, 2001. 303 с.
4. Д'Інка В. Менеджмент ЗМК. – К: КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. – 60 с.
5. Недопитанский М. Журналістський менеджмент. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 1999. 41 с.
6. Плошайський П. Нові стратегії менеджменту для нової економіки. Київ : Консорціум із вдосконалення бізнес-освіти в Україні, 2000. 35 с.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352с.
8. 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.

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
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 Res (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>
14. Рішення у справі Європейського суду з прав людини „Кастеллс проти Іспанії”
<http://www.medialaw.ru/article10/6/2/11.htm>