

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	ОК 6
	«Медіаменеджмент»	

Ступінь вищої освіти	Магістр
Освітньо-професійна програма	«Журналістика»
Факультет	Журналістики
Кафедра	Соціальних комунікацій
Семестр	VIII
Кількість кредитів	3
Мова викладання	українська

Викладач	Смусь А.Г., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій
Контактна інформація	Smus_andriy@ukr.net

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Soft skills: компетентності, що відповідають заявленим цілям програми	Під час вивчення дисципліни студент отримує можливість формувати та розвивати soft skills: Тайм-менеджмент, здатність пристосовуватися, здатність до колаборацій, креативність, переконливість, соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміти важливість дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше. Вміння виявляти та вирішувати проблеми. Здатність формувати інформаційний контент, здатність формувати інформаційний продукт, здатність ефективно просувати створений медійний продукт і керуватися принципами інформаційної безпеки. Здатність організувати та контролювати командну професійну діяльність.
Пререквізити	Базові знання з дисциплін: «Журналістська етика», «Медіавиробництво: контент», «Фундаментальна підготовка».

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання
1. Менеджмент як система управління. Медіапідприємство та медіаменеджмент.	Менеджмент як процес управління. Визначення поняття та функціональні характеристики. Історичні факти становлення менеджменту. Завдання менеджменту. Характеристика менеджменту в сфері засобів масової інформації.	Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення.

<p>2. Бізнес-планування та маркетинг медіа.</p>	<p>Становлення та зародження «концепції маркетингу». Термін «маркетингу»: визначення, суть явища. Маркетинг електронних ЗМІ: вивчення аудиторії та пошук формату. Маркетингові дослідження в сфері медіауправління: основні завдання, напрями і об'єкти. Вторинна та первинна маркетингова інформація. Вивчення аудиторії: аналіз медіаринку. Сегментація та позиціонування. СВОТ-аналіз. Явище кастомізації. Потенційна та реальна аудиторії.</p>	<p>Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення</p>
<p>3. Редакційний менеджмент: особливості реалізації.</p>	<p>Роль новин в сучасному інформаційну просторі. Програмування новин. Структура відділу новин. Бюджет та відділ новин. Менеджмент новин: сучасні тенденції. Конвергенція як чинник трансформацій менеджменту новин. Етичні стандарти в новинах. Явище спіндокторингу. Редакційний менеджмент. Завдання редакційного менеджменту. Структура редакції та основи професійних стандартів творчого колективу. Тип ЗМІ як чинник його організації.</p>	<p>Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення.</p>
<p>4. Реклама медіа та мас-медійної продукції.</p>	<p>Бренд та брендинг в контексті медіаменеджменту. Функції брэнда. Медіабрендинг: чинники та особливості формування. Підбренд. Стратегія медіабрэнда. Чинники розбудови медіабрэнда. Лінза брэнда. Атрибути брэнда. Небрэндові чинники. Стратегічне планування на телебаченні. Бренд-аудит. Бізнес-план в контексті брэндингу. Стратегія промоції іміджу медіапідприємства та репутація. Стратегії медіабрэнда.</p>	<p>Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення</p>
<p>5. Стратегії просування медіапродукту</p>	<p>Маркетингові стратегії 4 «Р» та 4 «С». Реклама медіа. Цілі рекламування. Іміджева реклама: особливості позиціонування медіа. Рекламування медіа- продукту та реклама продажу. Форма, зміст та позиція редакції як важливі чинники реклами медіа. Рекламування медіа- продукту: алгоритм позиціонування Роль PR в рекламуванні медіа. Підвищення ефективності реклами у ЗМІ.</p>	<p>Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення.</p>

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА БАЗОВА

1. Гоян О. Радіостанція як ділове підприємство: методика журналістської творчості : посіб. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. 2001. 62 с.
2. Колесніков Г. О. Менеджерський словник : навч.-довідкове видання / укладач Г. О. Колесніков. Київ : «ВД «Професіонал». 2007. 288 с.
3. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г., Петришин Н. Я. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Академвидав. 2012. 296 с.
4. Основи медіаменеджменту друкованих ЗМІ. Дніпропетровськ : Дніпровський центр соціальних досліджень. 2008. 40 с.
5. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.
6. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій. Київ : Кондор. 2008. 218 с.
7. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: шляхи роздержавлення української преси / за ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ : ЦВП, АУП, 2008. 300 с.
8. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб. Вид., 2-ге, доп. Київ : ДП «Експрес-об'ява». 2018. 304 с.

ДОДАТКОВА

1. Брадов В. В. Функціональні особливості менеджменту інформаційного виробництва. *Інформаційне суспільство*. 2014 Вип. 20. С. 5-8.
2. Витвицька Ю. Н. Вивчення аудиторії на різних етапах редакційного менеджменту молодіжного видання. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2016 р. № 3 (27). С. 81-86.
3. Дубовик Т. В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія. Київ : Київ. Нац. Торг-екон. Ун-т, 2014. 332 с.
4. Курбан О.В. Діагностика та моделювання ПР-процесів. Монографія. Київ: Українська конфедерація журналістів. 2012. 160 с.
5. Лук'яненко Д. І. Розвиток інформаційного менеджменту як наукової категорії. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 1 (56). С. 183-187.
6. Мельник В. В. Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2012. № 49. С122-134.
7. Рус-Моль Ш. Журналістика: посіб. / пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси. 2013. 343 с.
8. Albarran A., Mierzejewska B., Jung J. Handbook of Media Management and Economics. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. London. 2005. 750 p.

ІНТЕРНЕТ-ДЖЕРЕЛА

1. Альбарран Алан Б. Менеджмент електронних ЗМІ / пер. з англ. Н. Кашуби та А. Іщенка. Київ : Наука. 2009. URL: https://books.google.com.ua/books?id=HplQVvGH9XIC&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
2. Гоян О. Я. Управління радіостанцією: сучасні стандарти комерційного мовлення. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1447>
3. Гусак О. О. Роль редактора в інтернет редакції нових медіа URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/15959/1/husak_redaktor.pdf
4. Женченко М. І. Кросмедійний менеджмент у конвергентних редакціях ЗМІ URL: <https://studfiles.net/preview/8096944/>
5. Женченко М. І. Організаційні моделі редакцій ЗМІ в умовах мультиплатформного медіа виробництва URL: <https://studfiles.net/preview/8099163/>
6. Кайда О. С. Організація роботи конвергентного ньюзруму в регіональному медіапросторі України URL: <http://wsc.kyumu.edu.ua/toms/09/118-121.pdf>
7. Основи медіаменеджменту [електронний ресурс] : навч. посіб. / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2017. 296 с.
8. Підручник з крос-медіа. URL: <https://issuu.com/victoryshe/docs/crossmedia>
9. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 180 с. URL: <https://docplayer.net/34727495-Konceptualni-osnovi-media-ekonomiki.html>
10. Юрченко В. Менеджмент новин у ЗМІ як механізм впровадження комунікативних технологій державними установами. *Держава і суспільство*. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2012-1/doc/4/05.pdf>

Інформаційні ресурси

1. Медіаменеджмент, як ефективний сурогатний інструмент організаційної культури для післявоєнного відтворення телекомунікаційних підприємств / О. С. Гудзь, А. М. Тяжина // *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, № 1-2(41), 2023, С. 14-19. – <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/4230>
2. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с. – <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/4229>
Ганжуров Ю. С. Медіаменеджмент: від комунікативного процесу до навчальної дисципліни в умовах глобалізації вищої освіти / Ю. С. Ганжуров ; Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського. - Київ, 2018. - С.12-13. - <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/4227>

3. Сучасний медіаменеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та вип-равлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с. - <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/4226>
4. М.В. Чабаненко Мультимедійність в інтернет-журналістиці: методичні вказівки до підготовки курсової роботи для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра напряму підготовки «Журналістика» - <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/1536>
5. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності. URL: <https://www.aup.com.ua/category/library/>
6. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського UR : <http://www.nbuv.gov.ua/>
7. Запорізька обласна універсальна бібліотека UR : <https://zounb.zp.ua/>
8. Наукова бібліотека Запорізького національного університету. URL: <http://library.znu.edu.ua/>
9. Система електронного забезпечення навчання ЗНУ. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/>
10. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>
11. Косяк О. ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІ - <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/1552>

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.	
Політика щодо академічної доброчесності	Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.	
ОЦІНЮВАННЯ		
Нарахування балів		
	Види оцінювання	Бали
	Змістовий модуль 1 (теми 1-5)	60
	Підсумковий контроль (теми 1-5) – іспит	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання