

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

філологічний

(назва інституту/факультету)

Кафедра

журналістики

(назва кафедри)

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Медіаменеджмент та медіамаркетинг

(вказіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

обов'язкова

(вказати: обов'язкова)

Освітньо-професійна програма **«Видавнича справа та медіаредагування»**

(назва програми)

Спеціальність **061 Журналістика**

(вказати: код, назва)

Галузь знань **06 Журналістика**

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

філологічний факультет

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання **українська**

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробник: Заслужений журналіст України, асистент Стефанець

В.Б.

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача http://philology.chnu.edu.ua/?page_id=738

Контактний тел. **58-47-02**

E-mail: **v.stefanets@chnu.edu.ua**

Сторінка курсу в Moodle -
Консультації

Очні консультації: щотижневі

Онлайн-консультації: [googl.meet](https://meet.google.com/)

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Розширити й узагальнити знання студентів про медіа як складну, відкриту і динамічну соціальну систему; розкрити взаємозв'язок редакційно-видавничого менеджменту з іншими галузями знань; проаналізувати основні принципи організації структури редакції, кадрової політики, добору працівників і розподілу обов'язків між ними; з'ясувати основні методи управління колективом медіа.

2. Мета навчальної дисципліни:

Ознайомити студентів з основними принципами організації виробничо-творчої діяльності редакційного колективу, із структурою і характером роботи редакцій різних типів, редакційним менеджментом і плануванням.

3. Пререквізити. Вказуються дисципліни чи сертифіковані курси, які здобувач вищої освіти має вивчити до початку або разом із цією дисципліною, що підвищує ефективність засвоєння курсу.

Вступ до спеціальності

Журналістикознавство

Концепція газетно-журнального видання

4. Результати навчання

знати:

- зміст і характер діяльності редакційного апарату;
- призначення і функції найважливіших ланок редакційного апарату природу сучасного ЗМІ та його модель;
- закони функціонування та успішного розвитку ЗМІ;
- принципи редакційного менеджменту;
- основи фінансової діяльності сучасних медіа, механізми використання людського капіталу редакцій для забезпечення їх бажаного сприйняття у суспільстві, цільових аудиторіях, досягненні конкурентних переваг.

вміти:

- організувати чітку ланку управління редакцією ЗМІ;
- продумати виробничо-творчий характер журналістської праці;
- визначати оптимальну структуру редакції;
- володіти основними елементами редакційного менеджменту та застосовувати його на практиці;
- складати бізнес-план медійного проекту;
- формувати політику розвитку людського капіталу редакції і добирати методи її реалізації.

ЗК3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК15. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ФК6. Здатність використовувати у професійній діяльності основи медіаменеджменту та медіамаркетингу.

ФК9. Здатність орієнтуватися в особливостях управління засобами масової комунікації; застосовувати знання про принципи роботи національних та регіональних медіасистем у професійній діяльності.

ПРН2. Застосовувати когнітивну гнучкість при вирішенні професійних завдань, навчатися новим вимогам інформаційно-технологічного світу.

ПРН15. Застосовувати сучасні технології при створенні, просуванні та продажі видавничого, рекламного та медійного продукту.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	IV	VII	6	180	30	45			101	4	іспит
Заочна											

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	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	
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1 «ЗМІ як бізнес»												
Тема 1. ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО МЕДІАРИНКУ УКРАЇНИ	17	3	4			10							
Тема 2. ЖУРНАЛІСТСЬКА ІНФОРМАЦІЯ ЯК ТОВАР	17	3	4			10							
Тема 3. РЕЄСТРАЦІЯ ДРУКОВАНИХ ЗМІ. ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ МЕДІАБІЗНЕСУ	19	3	4		2	10							
Тема 4. ПРОЦЕС КОНЦЕНТРАЦІЇ ЗМІ	17	3	4			10							
Тема 5. МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ	19	3	6			10							
Разом за ЗМ1	89	15	22		2	50							
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2 «Складові ефективного медіабізнесу»												
Тема 6. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПОПУЛЯРНOSTІ ПЕРІОДИЧНОЇ ПРЕСИ.	17	3	4			10							

ДОДАТКОВА ТА ПОБІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ГАЗЕТНИХ ПІДПРИЄМСТВ												
Тема 7. ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОРИГУВАННЯ ЗМІСТУ ТА ЗРОСТАННЯ ПРОДАЖ	17	3	4			10						
Тема 8. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ. ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	22	3	6		2	11						
Тема 9. РЕДАКЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	18	3	5			10						
Тема 10. НАРАДИ. МЕНЕДЖМЕНТ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ І МАРКЕТИНГ ЧИТАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ	17	3	4			10						
Разом за ЗМ 2	91	15	23		2	51						
Усього годин	180	30	45		4	101						

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1	Причини слабого розвитку медіа-сектору в Україні.
2	Закономірності формування та розвитку інформаційного ринку
3	Економічні передумови заснування ЗМІ.
4	Конвергентні редакції та управління ними.
5	Цінова політика друкованого ЗМІ.
6	Фінансова структура видання. Центр фінансової відповідальності.
7	Розділи бізнес-плану.
8	Маркетинг у галузі передплати.

* ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни за рішенням кафедри (викладача).

6. Система контролю та оцінювання

Види та форми контролю, методи навчання

МН1 – словесні методи (лекція, співбесіда, консультація, дискусія тощо).

МН2 – практичні заняття.

МН3 – робота з матеріалами медіа

МН5 – екскурсії у ЗМІ.

МН6 – наочні методи (презентації, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН7 – робота з книгою, з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою.
 МН9 – самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни.
 МН11 – створення журналістських матеріалів

Методи оцінювання

МО2 – тести, опитування, контрольні, самостійні роботи за індивідуальними завданнями.
 МО4 – звіти, реферати, статті.
 МО6 – презентації результатів виконання завдань.
 МО8 – іспит

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (<i>аудиторна та самостійна робота</i>)										Кількість балів (іспит)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль №1					Змістовий модуль № 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	40	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		

5. Рекомендована література -основна

1. Алан Б. Альбарран. Менеджмент електронних ЗМІ. - К.: Наука, 2009.
2. Андрушків Б. Основи менеджменту. – Львів: Світ, 1995. 294 с.
3. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>
4. Волман Л. Руководство по успешному газетному менеджменту. – Вашингтон: Международный центр для журналистов, 2002. 60 с.
5. Д'Інка В. Менеджмент ЗМК. – К: КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. 60 с.
6. Дадисман К. Знай свою читательскую аудиторію. – Вашингтон.: Международный центр для журналистов, 2002. 40 с.
7. 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.
8. Іванов В. Шляхи підвищення популярності періодичної преси //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. С. 7-25.
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. Недопитанський М. Журналістський менеджмент. – К. : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 1999. 41 с.
11. 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.

12. Форменко В. К. Журналістський менеджмент: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». – Харків, 2007. 23 с.
13. Штефан Р.-Моль. Журналістика: Посібник / Пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.

6. Інформаційні ресурси

Матеріали інформангентств, друкованих ЗМІ, радіо- та телепродукція, матеріали інтернет-сайтів, українське медіа-законодавство.