

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики і нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б. Жильцов



2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ МЕДІА: МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ ТА МЕДІАМАРКЕТИНГ

для студентів

освітнього рівня: першого (бакалаврського)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма: 061.00.01 Журналістика

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма: 2534/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2020


Київ – 2020

Розробник: Мельниченко А. В., викладач кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Мельниченко А. В., викладач кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії)
журналістики та нових медіа

Протокол від «__» _____ 2020 року №

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  В. О. Гандзюк

Робочу програму погоджено за гарантом освітньої (професійної/наукової) програми
(керівником проектної групи) _____ 2020 р.

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми

(керівник проектної групи)  (В. О. Гандзюк)

Робочу програму перевірено

_____ 20__ р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О. А. Росінська)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” ____ 20__ р., протокол № _____

ЗМІСТ

ЗМІСТ

1. Опис предмета навчальної дисципліни	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни	4
3. Результати навчання за дисципліною.....	5
4. Структура навчальної дисципліни	7
5. Програма навчальної дисципліни	9
<i>Змістовий модуль I</i>	9
<i>Змістовий модуль II</i>	11
6. Контроль навчальних досягнень	13
6.1 <i>Система оцінювання навчальних досягнень студентів</i>	13
6.2 <i>Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання</i>	14
6.3 <i>Завдання для семінарських занять та критерії оцінювання</i>	17
6.4 <i>Завдання для модульних контрольних робіт</i>	23
6.5 <i>Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання</i>	22
6.6 <i>Орієнтовний перелік питань до заліку</i>	25
6.7 <i>Шкала відповідності оцінок</i>	26
7. Навчально-методична карта дисципліни « Соціологія та психологія управління медіа».....	27
8. Рекомендована література.....	29
<i>Базова</i>	29
<i>Додаткова</i>	30

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни За формами навчання	
	денна	Заочна
Вид дисципліни	вибіркова	вибіркова
Мова викладання, навчання, оцінювання	українська	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	2/60
Курс	3	3
Семестр	5	5
Кількість змістових модулів з розподілом	2	2
Обсяг годин у тому числі:	60	60
Аудиторні	28	8
Модульний контроль	4	-
Самостійна робота	28	52
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни: майбутні журналісти повинні оволодіти теоретичними засадами інноваційної моделі медіаменеджменту, методикою управління інноваціями в медіаіндустрії, опанувати практичні навички формування системи управління та інформаційного моделювання, навчитись приймати менеджерські рішення на основі отриманих аналітичних даних, мотивувати персонал редакції та вирішувати трудові конфлікти.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Соціологія та психологія управління медіа»:

- ознайомлення студентів з особливостями ринкового середовища функціонування медіапідприємств;
- ознайомлення студентів з теоретичними основами медіаменеджменту;
- виробити вміння формувати системи управління медійними підприємствами;
- визначення сутності напрямів інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії;
- оволодіння компетенціями медіаменеджера;
- опанування основних принципів формування успішної корпоративної культури;
- опанування навичок вирішувати трудові конфлікти.

3. Результати навчання за дисципліною

За результатами вивчення дисципліни студент має отримати такі **програмні результати** освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 061 Журналістика, а саме:

знати:

- про ринкове середовище функціонування медіапідприємств;
- законодавчу базу регулюючу діяльність медіабізнесу;
- методологічні підходи до розуміння медіа;
- цілі та завдання медіаменеджменту;
- закони й закономірності управління;
- принципи та методи медіаменеджменту;
- закони інтегральної динаміки розвитку підприємств

уміти:

- використовувати методи та інструменти аналітики кросмедійних ЗМІ;
- проводити оцінку інформаційної моделі;
- вирішувати трудові конфлікти;
- розробляти та реалізувати стратегію зміни корпоративної культури;
- проваджувати інновації на медіапідприємстві;
- на базі аналітичної інформації швидко і зважено приймати управлінські рішення.

Дисципліна спрямована на формування у студентів таких **загальних та фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки бакалаврів спеціальності 061 Журналістика: **ЗК01.** Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях; **ЗК05.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; **ЗК08.** Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями; **ФК-2.** Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку. **ФК-3.** Здатність до планування медіапроцесу; дотримання часових вимог до подачі матеріалу (дедлайн); роботи у нестандартних умовах, непередбачуваних ситуаціях; уміння налагоджувати комунікацію у різних соціальних групах;

дотримуватись бюджету. **ФК-8.** Здатність працювати у команді. Володіти соціальними навичками; бути відповідальним та надійним; уміти переконливо подати власну думку; уміти знаходити рішення; розуміти права та обов'язки в редакційному колективі; виконувати професійну функцію у колективі.

Програмні результати навчання – формування фахових навичок управління медіапідприємствами. ПРН-1 Виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.

ПРН-4 Уміти оцінити співрозмовника на основі здобутих знань (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети).

ПРН-6 Знаходити оптимальні рішення відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та інтересів учасників комунікації.

ПРН-7 Уникати неконструктивних комунікативних ситуацій, конфліктів, що можуть нашкодити професійній репутації та інтересам справи; раціонально діяти в конфліктних ситуаціях, шукаючи компромісів на основі професійних принципів і взаємної ділової вигоди.

ПРН-13 Прогнозувати реакцію соціуму на інноваційні медійні продукти, розробляти й реалізовувати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп

ПРН-14 Прогнозувати тенденції сучасного медійного ринку.

ПРН-15 Уміти застосовувати технології роботи з аудиторією. Вміти визначати специфіку аудиторії (гетерогенні особливості) для підвищення результативності журналістських матеріалів.

ПРН-16 Уміти організовувати роботу редакції в різних типах ЗМІ.

4. Структура навчальної дисципліни

а. Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
		разом	Аудиторних	лекцій	Семинарських	Практичних	Самостійні робота	Підсум-ковий контроль
5 семестр								
Змістовий модуль I.								
Функціонування медіапідприємства в українському ринковому середовищі								
1.1	Тема 1. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств	8	4	2	2		4	
1.2	Тема 2. Підприємство у медіаіндустрії України	8	4	2	2		4	
1.3	Тема 3. Теоретичні основи медіаменеджменту	8	4	2	2		4	
	МКР	2						
	Разом за змістовим модулем I	24	12	6	6		12	
Змістовий модуль II.								
Система управління медіапідприємства								
2.1	Тема 4. Практика формування системи управління медіапідприємствами	8	4	2	2		4	
2.2	Тема 5. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії	8	4	2	2		4	
2.3	Тема 6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту	8	4	2	2		4	

2.4	Тема 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера	8	4	2	2		4	
	МКР	2						
	Разом за змістовим модулем II	32	16	8	8		16	
	Разом за навчальним планом	60	28	14	14		28	

б. Тематичний план заочної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
		разом	Ауди-торних	лек-цій	Семі-нарських	Прак-тичних	Самостійна робота	Підсум-ковий конт-роль
5 семестр								
Змістовий модуль I.								
Функціонування медіапідприємства в українському ринковому середовищі								
1.1	Тема 1. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств	10	2	2			8	
1.2	Тема 2. Підприємство у медіа-індустрії України	10	2		2		8	
1.3	Тема 3. Теоретичні основи медіа-менеджменту	8					8	
	Разом за змістовим модулем I	28	4	2	2		24	
Змістовий модуль II.								
Система управління медіапідприємства								
2.1	Тема 4. Практика формування системи управління медіа-підприємствами	9	2				7	

2.2	Тема 5. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії	9		2			7	
2.3	Тема 6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту	7					7	
2.4	Тема 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера	7					7	
	Разом за змістовим модулем II	32	4	2	2		28	
	Разом за навчальним планом	60	8	4	4		52	

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I.

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНСЬКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Лекція 1.1 Ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год.)

Сутність підприємництва. Джерела правового регулювання підприємницької діяльності в Україні. Стратегії розвитку законодавства України з питань свободи слова та діяльності ЗМІ відповідно до європейських стандартів. Суб'єкти державного регулювання підприємницької діяльності у медіаіндустрії. Основні етапи створення медійного підприємства. Роль і значення бізнес-плану для підприємницької діяльності. Основні організаційно-правові форми підприємств у медіаіндустрії.

Література:

Основна: 1, 2, 6.

Додаткова: 11, 12.

Семінарське заняття №1. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год).

Література:

Основна: 1, 2, 6, 8.

Додаткова: 6,1, 12.

Лекція 1.2 Підприємство у медіа-індустрії України (2 год).

Форми унітарного підприємства. Форми корпоративного підприємства. Обмеження на створення іноземних підприємств у медійній індустрії. Зміст установчих документів для створення медійного підприємства. Етапи державної реєстрації медійного підприємства. Сутність

господарських об'єднань та переваги їх функціонування. Переваги і проблеми функціонування малих медійних підприємств.

Література:

Основна: 1, 2, 3, 6.

Додаткова: 1, 2.

Семінарське заняття №2. Підприємство у медіа-індустрії України

(2 год).

Література:

Основна: 1, 2, 3, 6.

Додаткова: 1, 2, 3, 8.

Лекція 1.3 Теоретичні основи медіа-менеджменту (2 год).

Поняття «управління» та «менеджмент». Визначення медіаменеджменту з точки зору системного підходу. Основні закони медіаменеджменту. Загальні функції медіаменеджменту. Основні складові організації як функції медіаменеджменту. Рівні управління медіапідприємствами. Специфічні функції медіаменеджменту. Роль управлінських рішень в медіаменеджменті. Організаційно-адміністративні методи управління медіапідприємствами.

Література:

Основна: 5, 6.

Додаткова: 7, 9.

Семінарське заняття №3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (2 год).

Література:

Основна: 5, 6.

Додаткова: 7, 9.

Змістовий модуль II

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВОМ

Лекція 2.1 Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії (2 год).

Законодавчі передумови формування системи управління підприємствами різних організаційних правових форм. Компетенції установчих зборів корпоративних підприємств. Завдання ревізійної комісії корпоративних підприємств. Напрямки вдосконалення оргструктур в медіабізнесі. Тенденція концентрації ЗМІ.

Література:

Основна: 4, 6, 9.

Додаткова: 10, 11.

Семінарське заняття №4. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії(2 год).

Література:

Основна: 4, 6, 9.

Додаткова: 10, 11.

Лекція 2.2 Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год).

Зміст та особливості інноваційної діяльності в медіаіндустрії. Інновація. Комплексні інновації. Види інновацій в медіаіндустрії. Фази життєвого циклу нововведення. Сучасні тренди трансформації медіа. Просьюмеризм і фрагментація аудиторії. Схеми покриття ринкових ризиків медіакомпаній. Принципи інноваційної моделі медіаменеджменту. Пріоритети та проблеми стратегічного медіаменеджменту.

Література:

Основна: 5, 6, 9.

Додаткова: 6, 7, 11.

Семінарське заняття №5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год).

Література:

Основна: 5, 6, 9.

Додаткова: 6, 7, 11.

Лекція 2.3 .Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (2 год).

Зміст структурних теорій медіаменеджменту. Формування інноваційної моделі медіаменеджменту. Технологічний розрив. Види інноваційних стратегій компанії. Функції інноваційного менеджменту. Види оргструктур та їх вплив на інноваційну активність. Інтелектуальна власність. Авторське право. Патентне право. Особливості ліцензійної торгівлі. Інноваційна та інформаційна безпека у медіаіндустрії.

Література:

Основна: 4, 5, 6, 9.

Додаткова: 7, 9, 10, 11.

Семінарське заняття №6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (2 год).

Література:

Основна: 4, 5, 6, 9.

Додаткова: 7, 9, 10, 11.

Лекція 2.4 Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (2 год).

Визначення "медіаменеджер". Специфічні задання медіаменеджера в сучасних умовах. Обов'язки медіаменеджера. Компетентності медіаменеджера. Інструментальні компетенції медіаменеджера. Модель SHL. Модель S. Whiddett & S. Hoolyford.

Література:

Основна: 5, 6.

Додаткова: 7, 9.

**Семінарське заняття №7. Завдання, обов'язки та компетенції
медіаменеджера (2 год).**

Література:

Основна: 5, 6.

Додаткова: 7, 9.

6. Контроль навчальних досягнень

**а. Система оцінювання навчальних досягнень студентів
(денна форма навчання)**

Вид діяльності студента	Макси-мальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		к-сть одиниць	макси-мальна к-сть балів	к-сть одиниць	макси-мальна к-сть балів
Відвідування лекцій	1	3	3	4	4
Відвідування семінарських занять	1	3	3	4	4
Робота на семінарському занятті	10	3	30	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			76		93
Максимальна кількість балів	169				
Залік					
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $169 : 100 = 1,7$				

**Система оцінювання навчальних досягнень студентів
(заочна форма навчання)**

Вид діяльності студента	Макси-мальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		к-сть одиниць	макси-мальна к-сть балів	к-сть одиниць	макси-мальна к-сть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1
Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)					
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
<i>Разом</i>			27		32
Максимальна кількість балів	59				
Залік	40				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $100 : 59 = 1,7$ Студент набрав 46 балів $46 \times 1,7 = 78$ балів				

6.2 Завдання для самостійної роботи

Змістовий модуль I.

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНСЬКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Тема 1. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год.)

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Якими є основні організаційно-правові форми підприємств поширені у медіаіндустрії?
2. Які чинники визначають вибір організаційно-правової форми підприємства?
3. Охарактеризуйте роль і значення бізнес-плану для підприємницької діяльності.
4. Якими є основні етапи створення медійного підприємства?
5. Визначте суб'єктів державного регулювання підприємницької діяльності у медіаіндустрії.

Тема 2. Підприємство у медіа-індустрії України (2 год).

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які чинники обумовили поширення малих підприємств в медіаіндустрії?
2. Якими є переваги і проблеми функціонування малих медійних підприємств?
3. Охарактеризуйте сутність господарських об'єднань та переваги їх функціонування.

4. Опишіть етапи державної реєстрації медійного підприємства як суб'єкта медійного середовища.
5. Назвіть та охарактеризуйте форми корпоративного підприємства.

Тема 3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (2 год).

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Якими є основні результати психологічного планування?
2. Визначте особливості застосування соціально-психологічних методів управління для медійних підприємств.
3. Що таке економічне стимулювання і наскільки його застосування є доцільним на медіапідприємствах?
4. Охарактеризуйте економічні методи медіаменеджменту.
5. Що таке регламентація? Яким чином вона здійснюється на медіапідприємствах?

Змістовий модуль II СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВОМ

Тема 4. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії (2 год).

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс. Питання для самостійного опрацювання:

1. В чому полягає тенденція концентрації ЗМІ?
2. Назвіть напрями вдосконалення оргструктур в медіабізнесі.
3. Схарактеризуйте компетенції установчих зборів корпоративних підприємств.

4. Назвіть основні функції ревізійної комісії корпоративних підприємств.
5. Опишіть структуру системи управління підприємством.

Тема 5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год).

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Назвіть пріоритети та проблеми стратегічного медіаменеджменту.
2. Якими є принципи інноваційної моделі медіаменеджменту?
3. Охарактеризуйте схеми покриття ринкових ризиків медіакомпаній.
4. Охарактеризуйте такі тренди трансформації медіа як просьюмеризм і фрагментація аудиторії?
5. Визначте основні сучасні тренди трансформації медіа.

Тема 6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (2 год).

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Охарактеризуйте необхідність та назвіть заходи інноваційної та інформаційної безпеки у медіаіндустрії.
2. Опишіть особливості ліцензійної торгівлі та охарактеризуйте особливості надання франчайзингових послуг.
3. У чому полягає комерціалізація інтелектуальної власності?
4. Назвіть міжнародні угоди щодо захисту індивідуальної власності.
5. Визначте цілі та склад інноваційної інфраструктури.

Тема 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (2 год).

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Якими знаннями повинен володіти медіаменеджер?
2. Опишіть принципи моделі S. Whiddett & S. Hoolyford?
3. Що являє собою модель SHL?
4. Опишіть "міжособистісні компетенції" медіаменеджера.
5. Схарактеризуйте "інструментальні компетенції" медіаменеджера.

Критерії оцінювання самостійної роботи:

Студенти надсилають самостійну роботу у електронний курс. Кожне питання оцінюється у 1 бал. Максимальна кількість балів за самостійну роботу – 5 балів.

6.3 Завдання для семінарських занять та критерії оцінювання

Змістовий модуль I.

**ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВА В
УКРАЇНСЬКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

**Семінарське заняття №1. Ринкове середовище функціонування
медіапідприємств (2 год).**

Питання до семінару:

1. Охарактеризувати сутність підприємництва.
2. Якими є принципи підприємницької діяльності в Україні.
3. Опишіть джерела правового регулювання підприємницької діяльності в Україні.
4. Охарактеризуйте законодавчі акти, що встановлюють умови здійснення підприємницької діяльності у медіаіндустрії.
5. Якими є напрями Стратегії розвитку законодавства України з питань свободи слова та діяльності ЗМІ відповідно до європейських стандартів?

**Семінарське заняття №2. Підприємство у медіа-індустрії України
(2 год).**

Питання до семінару:

1. Опишіть основні форми унітарного підприємства.
2. Якими є форми корпоративного підприємства?
3. Якими є обмеження на створення іноземних підприємств у медійній індустрії?
4. Опишіть зміст установчих документів для створення медійного підприємства.
5. Опишіть етапи державної реєстрації медійного підприємства як суб'єкта підприємницької діяльності.

Семінарське заняття №3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (2 год).

Питання до семінару:

1. Охарактеризуйте основні підходи до медіаменеджменту.
2. Якими є основні закони медіаменеджменту?
3. Що таке загальні функції медіаменеджменту?
4. Якими є умови для ефективної реалізації функції мотивації на медіапідприємствах?
5. Охарактеризуйте основні рівні управління медіапідприємствами.

Змістовий модуль II

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВОМ

Семінарське заняття №4. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії(2 год).

Питання до семінару:

1. Охарактеризуйте законодавчі передумови формування системи управління підприємствами різних організаційних правових форм.
2. Що входить до компетенції установчих зборів корпоративних підприємств?

3. Якими є обов'язки наглядової ради корпоративних підприємств?
4. Якими є завдання ревізійної комісії корпоративних підприємств?
5. Як у законодавстві визначаються особливості управління медійними підприємствами?

Семінарське заняття №5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год).

Питання до семінару:

1. У чому полягає зміст та особливості інноваційної діяльності в медіаіндустрії.
2. Що таке інновація і чому необхідні комплексні інновації?
3. Охарактеризуйте основні види інновацій в медіаіндустрії.
4. Якими є основні фази життєвого циклу нововведення?
5. Які види інновацій характерні для різних секторів медійної індустрії?

Семінарське заняття №6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (2 год).

Питання до семінару:

1. У чому полягає зміст структурних теорій медіаменеджменту?
2. Охарактеризуйте виклики, що виникають перед медіаіндустрією.
3. Якими є принципи формування інноваційної моделі медіаменеджменту?
4. Якими є основні види інноваційних стратегій компанії?
5. Опишіть функціональну модель інноваційного медіаменеджменту.

Семінарське заняття №7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (2 год).

Питання до семінару:

1. Сформууйте визначення "медіаменеджер".

2. Назвіть специфічні заадання медіаменеджера а сучасних умовах.
3. Охарактеризуйте основні обов'язки медіаменеджера.
4. Які особливості медіасередовища впливають на діяльність медіаменеджера?
5. Схарактеризуйте "інструментальні компетенції" медіаменеджера.

Критерії оцінювання

При контролі виконання питання до семінарського заняття оцінці можуть підлягати:

- самостійне опрацювання тем згідно плану семінарського заняття в цілому, чи окремих питань;
- опрацювання періодичних видань та іншої додаткової інформації.

Підсумкова кількість балів, набрана студентами за виконання семінарських занять є однією з складових поточної успішності студентів з дисципліни і при виставленні загальної кількості балів за поточну успішність додається до балів, одержаних за виконання інших видів поточної навчальної роботи.

Максимальна кількість балів за семінарське заняття – 10 балів.

10 балів за виконання завдання студент може отримати якщо:

- виступ є результатом оригінального самостійного дослідження, у якому відбито творчий пошук студента, його вміння нестандартно мислити, працювати з науковими джерелами, висуваючи при цьому власні гіпотези з досліджуваних проблем;
- застосовані найбільш показові переконливі приклади, частину яких піддано детальному аналізу;

- зроблені відповідні аргументовані висновки.

9 балів – за виступ й виконання завдання в якому:

- проведено самостійне наукове дослідження на достатньо високому рівні, але є недоліки та помилки при викладенні матеріалу.

7 балів – за виконання завдання студент може отримати якщо:

- доповідь чітко структурована, але у відповіді простежується неточне розуміння деяких наукових понять і категорій;

- мета роботи в цілому досягнута, але питання розкрито не повністю;

- допущені недоліки в оформленні реферативного матеріалу;

- у викладі думки недостатньо продемонстровано власне бачення проблеми

5 балів – за виступ й виконання завдань може отримати якщо:

- дослідження чи розкриття питання має серйозні недоліки в структурі, характерні викладу думки і технічному оформленні реферату, але відповідає вимогам щодо змісту обраного матеріалу, добору наукових джерел.

3 балів за виступ й виконання завдань студент може отримати якщо:

- робота не відповідає переважній більшості вимог до плану розкриття питання, його структурі, новизні;

- реферативна робота виконана охайно, дотримано більшості вимог до технічного оформлення тексту.

1-2 балів – за виступ й виконання семінарських завдань студент може отримати якщо:

- доповідь (реферативна робота) не відповідає переважній більшості вимог до наукових досліджень, не дотримано вимог щодо структури, студент не володіє представленим матеріалом.

0 балів – студент допускає велику кількість помилок при виконанні завдань.

6.4 ЗАВДАННЯ ДО МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Змістовий модуль I.

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНСЬКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді тестування у Центрі мультимедійних технологій (2 год.)

Змістовий модуль II.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВОМ

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді тестування у Центрі мультимедійних технологій (2 год.)

Критерії оцінювання МКР

Виконання модульної контрольної роботи передбачає надання відповідей на тести. Кожна модульна контрольна робота містить по 25 тестів. За кожен правильну відповідь на 1 тестове завдання виставляється 1 бал, за неправильну відповідь – 0 балів. Модульна контрольна робота вважається зарахованою, якщо вона оцінена на 10 та більше балів.

До модульної контрольної роботи допускаються студенти, які відвідали не менше 90% аудиторних занять і отримали не менше 60% від

можливої кількості балів за поточну роботу.

Перша модульна контрольна робота містить питання наступних тем: «Ринкове середовище функціонування медіапідприємств», «Підприємство у медіа-індустрії України», «Теоретичні основи медіа-менеджменту».

Друга модульна контрольна робота охоплює такі теми: «Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії», «Практика формування системи управління медіа-підприємствами», «Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту», «Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера».

6.5 Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Навчальні досягнення із дисципліни «Соціологія та психологія управління медіа» оцінюється за єдиною кредитно-трансферною системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використання роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Форма проведення: *залік*

Критерії оцінювання:

За загальним показником суми балів зароблених студентом протягом семестру поділеної на коефіцієнт – 1,7.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни «Соціологія та психологія управління медіа»

Разом: 60 год, з них:

14 год. – лекційних,

14 год. – семінарських занять,

28 год. – самостійної роботи,

4 год. – модульні контрольні роботи.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV
Модулі	Змістовий модуль I					Змістовий модуль II								
Назва модуля	ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІА-ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНСЬКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ					СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВОМ								
Кількість балів за модуль	76 б.					93 б.								
Лекції	Відвідування – 3 б.					Відвідування – 4 б.								
Теми лекцій	Тема 1. Ринкове середовище функціонування медіа-підприємств (2 год.) – 1 б. Тема 2. Підприємство у медіа-індустрії України (2 год.) – 1 б. Тема 3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (2 год.) – 1 б.					Тема 4. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год.) – 1 б. Тема 5. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії (2 год.) – 1 б. Тема 6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (2 год.) – 1 б. Тема 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (2 год.) – 1 б.								
Семінарські завдання	Семінарське заняття №1. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год.) – 1+10 б. Семінарське заняття № 2. Підприємство у медіа-індустрії України (2 год.) – 1+10 б. Семінарське заняття №3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (2 год.) – 1+10 б.					Семінарське заняття №4. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії (2 год.) – 1+10 б. Семінарське заняття №5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год.) – 1+10 б. Семінарське заняття №6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (2 год.) – 1+10 б. Семінарське заняття № 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (2 год.) – 1+10 б.								

Самостійна робота	<p>Тема 1. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств (4 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 2. Підприємство у медіа-індустрії України (4 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (4 год.) – 5 б.</p>	<p>Тема 4. Сутність та напрями інноваційної діяльності у сучасній медіаіндустрії (4 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (4 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (4 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (4 год.) – 5 б.</p>
Вид поточного контролю	Модульна контрольна робота – 25 б.	Модульна контрольна робота – 25 б.

Навчально-методична карта дисципліни «Соціологія та психологія управління медіа»

Заочна форма

Разом: 60 год, з них:

4 год. – лекційних,

4 год. – семінарських занять,

52 год. – самостійної роботи.

Тиждень	I	II	III	I V	V	V I	VII	VIII	I X	X I	XII	XIII	XIV
Модулі	Змістовий модуль I					Змістовий модуль II							
Назва модуля	ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІА-ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНСЬКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ					СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МЕДІАПІДПРИЄМСТВОМ							
Кількість балів за модуль	27 б.					32 б.							
Лекції	Відвідування – 1 б.					Відвідування – 1 б.							
Теми лекцій	Тема 1. Ринкове середовище функціонування медіа-підприємств (2 год.) – 1 б.					Тема 4. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год.) – 1 б.							
Семінарські завдання	Семінарське заняття № 2. Підприємство у медіа-індустрії України (2 год.) – 1+10 б.					Семінарське заняття №5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (2 год.) – 1+10 б.							
Самостійна	Тема 1. Ринкове					Тема 4. Сутність та напрями інноваційної							

робота	<p>середовище функціонування медіапідприємств (8 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 2. Підприємство у медіа-індустрії України (8 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 3. Теоретичні основи медіа-менеджменту (8 год.) – 5 б.</p>	<p>діяльності у сучасній медіаіндустрії (7 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 5. Практика формування системи управління медіа-підприємствами (7 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 6. Теоретичні засади інноваційної моделі медіаменеджменту (7 год.) – 5 б.</p> <p>Тема 7. Завдання, обов'язки та компетенції медіаменеджера (7 год.) – 5 б.</p>
--------	--	--

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. No 436-IV // Відомості Верховної Ради України від 02.05.2003 2003 р., No 18, стаття 144 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/436-15>.
2. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.1992 р. No 2782-ХІІ // Відомості Верховної Ради від 05.01.1993 р., No 1, стаття 1 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/2782-12>.
3. Закон України «Про інформаційні агентства» від 28.02.1995 р. No 74/95-ВР // Голос України від 13.04.1995 р. / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/74/95-%D0%B2%D1%80>.
4. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності [Текст] : навчальний посібник / М. А. Йохна, В. В. Стадник. - Київ : Академія, 2005. - 400 с.

5. Менеджмент [Текст] : навчальний посібник / Національний університет Юридична академія України імені Ярослава Мудрого ; ред. Л. С. Шевченко. - Харків : Право, 2013. - 209 с.
6. Основи медіаменеджменту [електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073«Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі» / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 2,2 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 296 с.
7. Палеха, Ю. І. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг [Текст] : навчальний посібник / Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха ; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України. - Київ : Ліра-К, 2013. - 478 с.
8. Ситник. О. Основні принципи формування стратегії розвитку новинного порталу в мережі Інтернет [Текст] / О. Ситник // Вісник Книжкової палати. - Київ : КПУ, 2014. - N 10(219). - С. 23-26.
9. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент [Текст] : навчальний посібник / О. М. Скібіцький ; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 566 с.
10. Цимбаленко Є. С. Нові й універсалізовані ознаки медіакомунікацій [Електронний ресурс] / Є. С. Цимбаленко // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 19. – С. 5-9. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2014_19_3

Допоміжна література

1. Альбарран А. Менеджмент електронних ЗМІ / А. Альбарран; пер.з англ. Н. Кашуба. – Київ: «Наука», 2009. – 296 с.
2. Закон України «Про акціонерні товариства».
3. Закон України «Про кооперацію».
4. Закон України «Про холдингові компанії в Україні». 15 березня 2006 року № 3528-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, N 34, С. 291.
5. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / The Gutenberg Galaxy: The Making of Turographic Man. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013. – 496 с.
6. Новак В.О., Мостенська Т.Л., Ільєнко О. В. Організаційна поведінка. Підручник. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 498 с.
7. Основы медиабизнеса. Учебное пособие под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.
8. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. К.: Фоліо, 2019 – 191 с.
9. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник / Федоренко В. Г. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.
10. Фримен К. Як час спливає: Від епохи промислових революцій до інформаційної революції / Крис Фримен, Франциско Лука; пер. з англ.. Руслана Ткачука. – К.: Вид. дім Києво-Могилянська академія, 2008. – С. 378.
11. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: монографія / О. Хаб'юк. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.
12. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. — 454 с.