

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»



Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ МЕДІАУСТАНОВ ТА ІНСТИТУЦІЙ

для студентів

спеціальності 061 Журналістика
рівня вищої освіти другого (магістерського)
освітньої програми 061.00.01 Журналістика

3285/23
[Handwritten signature]

Київ – 2023

Розробники: Олексій ХАРЧЕНКО, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Олексій ХАРЧЕНКО, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від « » _____ 2023 року № _____

Завідувач кафедри _____ Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Журналістика»

« » _____ 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми _____ Аліна ЛІСНЕВСЬКА

Робочу програму перевірено

_____ . _____ 2023р.

Заступник декана Факультету журналістики _____ Вікторія СОШИНСЬКА

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 № _____

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4 / 120
Курс	1
Семестр	1
Кількість змістових модулів з розподілом:	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні	32
Модульний контроль	8
Семестровий контроль	
Самостійна робота	80
Форма семестрового контролю	залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни «Організація та управління медіаустанов та інституцій» полягає у теоретичній та практичній підготовці студентів. Така підготовка спрямована на засвоєння студентами основ управління та забезпечення фінансової стійкості медіаустанов та інституцій.

Специфіка навчальної дисципліни передбачає вирішення наступних завдань:

- розробити стратегію розвитку медіаустанов та інституцій;
- описати операційні управлінські процеси організації для забезпечення її безперервного та ефективного функціонування;
- розробити процедури рекрутингу та управління людськими ресурсами;
- ознайомитися з принципами фінансового планування для забезпечення стійкості організації;
- розробити модель монетизації;
- сформулювати план управління медіапроектом;
- розробити медіапродукт.

Упродовж вивчення змістовного модулю, студенти отримають наступні компетентності відповідно до освітньої програми «Журналістика»:

Загальні компетентності:

- ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.
- ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.
- ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні (фахові) компетентності:

- СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.
- СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.
- СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.
- СКУ09. Здатність приймати рішення та робити моральний вибір у професійній діяльності з позицій соціальної відповідальності.

3. Результати навчання за дисципліною

Під час самостійного опрацювання теоретичного матеріалу та семінарських занять передбачається набуття студентами комплексу практичних **умінь і навичок**.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент **повинен знати**:

- складові елементи стратегій медіаустанов та інституцій;

- принципи операційного менеджменту медіаустанов та інституцій;
- ключові принципи управління людськими ресурсами та рекрутингу в медіаустановах та інституціях;
- основні фінансові показники та складові елементи бюджетування медіаустанов та інституцій;
- моделі монетизації медіаустанов та інституцій;
- принципи розробки медіапроектів і медіапродуктів;
- різницю між медіапроектами та медіапродуктами;

уміти:

- оцінювати поточну ситуацію для розробки стратегії і завдань медіаустанов та інституцій;
- формувати візію, місію, цінності та основні напрями розвитку медіаустанов та інституцій;
- визначати та описувати ризики медіаустанов та інституцій;
- формувати фінансовий план для забезпечення стійкості медіаустанов та інституцій;
- обґрунтовувати моделі монетизації медіаустанов та інституцій;
- розробляти та управляти медіапроектами медіаустанов та інституцій;
- розробляти та управляти медіапродуктами медіаустанов та інституцій;
- планувати розвиток медіапроектів у медіапродукти.

Упродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми «Журналістика»:

- РН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритерійності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.
- РН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.
- РН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.
- РН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.
- РН11. Брати продуктивну участь у розробленні проектів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.
- РН13. Організувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.
- РНУ14. Приймати рішення та розв'язувати професійні завдання з позицій соціальної відповідальності та правдоцентричності.

4. Структура навчальної дисципліни

Назва змістовних модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практ ичні	Лабораторні	Модульний контроль	
Змістовний модуль I. Управління медіаустановою та інституцією							
Тема 1. Основні функціональні напрями управління медіаустановами та інституціями	4	2					2
Тема 2. Стратегічне планування	8		2				6
Тема 3. Управління ризиками	8		2				6
Тема 4. Організаційна структура та ключові показники ефективності	8		2				6
Модульний контроль 1	2					2	
Разом	30	2	6			2	20
Змістовний модуль II. Управління людськими ресурсами та рекрутинг							
Тема 5. Принципи операційного менеджменту та управління людськими ресурсами	4	2					2
Тема 6. Постановка завдань та зони відповідальності	8		2				6
Тема 7. Особливості рекрутингу в медіаустановах та інституціях	8		2				6
Тема 8. Онбординг та офбординг	8		2				6
Модульний контроль 2	2					2	
Разом	30	2	6			2	20

Змістовний модуль III. Фінансовий менеджмент							
Тема 9. Бюджетування та види монетизації	4	2					2
Тема 10. Моделі монетизації	8		2				6
Тема 11. Фінансове планування та забезпечення рентабельності	8		2				6
Тема 12. Розробка бізнес-стратегії	8		2				6
Модульний контроль 3	2					2	
Разом	30	2	6			2	20
Змістовний модуль IV. Управління медіапроектами та медіапродуктами							
Тема 13. Менеджмент медіапродуктів і медіапроектів: спільне та відмінне	4	2					2
Тема 14. Управління медіапроектами	8		2				6
Тема 15. Управління медіапродуктами	8		2				6
Тема 16. Трансформація медіапроектів	8		2				6
Модульний контроль 4	2					2	
Разом	30	2	6			2	20
Усього	120	8	24			8	80

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль I.

Управління медіаустановою та інституцією.

Тема 1. Основні функціональні напрями управління медіаустановами та інституціями.

Лекція 1. Функціональні обов'язки менеджера медіаустанови та інституції (2 год.)

Планування стратегічних напрямів розвитку: розробка стратегії, управління людськими ресурсами, фінансовий менеджмент. Основні структурні елементи стратегії розвитку: проведення дослідження, аналіз цільової аудиторії, визначення проблем аудиторії, візія та цінності, стратегічні напрями розвитку, стратегічні та операційні цілі, аналіз ризиків.

Типи організаційних структур медіаустанов та інституцій: вертикальна та горизонтальна. Основні функції та посадові інструкції.

Особливості наймання працівників, постановка цілей для співробітників,

принципи отримання зворотного зв'язку.

Розробка бюджету та звіту доходів і витрат. Види монетизації – реклама, гранти, читацькі доходи та інші. Особливості розміщення реклами.

Поняття медіапроєкту та медіапродукту. Спільні та відмінні риси між проєктами та продуктами. Життєвий цикл медіапроєктів. Трансформація медіапроєкту в медіапродукт.

Тема 2. Стратегічне планування.

Семінарське заняття 1. Складові елементи стратегій медіаустанов та інституцій (2 год.)

1. Методи оцінки ситуації
2. Визначення цільової аудиторії, проблем цільової аудиторії та завдань.
3. Формування візії, місії та цінностей
4. Планування стратегічних напрямів розвитку.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Тема 3. Управління ризиками.

Семінарське заняття 2. Матриця ризиків (2 год.)

1. Ризики фінансової стабільності.
2. Нефінансові ризики: репутаційні, операційні, стратегічні, юридичні. Ринкові (цінові) ризики.
3. Опис та оцінка ризиків.
4. Визначення ризик-апетиту.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Тема 4. Організаційна структура та ключові показники ефективності.

Семінарське заняття 3. Основні функції медіаустанов та інституцій (2 год.)

1. Типи організаційних структур. Їх переваги та недоліки.
2. Функції структурних підрозділів.
3. Ключові показники ефективності.
4. Місце ключових показників ефективності в системі планування.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Змістовний модуль II.

Управління людськими ресурсами та рекрутинг.

Тема 5. Принципи операційного менеджменту та управління людськими ресурсами.

Лекція 2. Людські ресурси та постановка завдань (2 год.)

Принципи постановки завдань: узгодженість завдань із стратегічними цілями медіаустанови та інституції. Цикл постановки завдань: планування, постановка завдань, моніторинг їх виконання, оцінка та корегування. Принципи постановки завдань: конкретність, вимірюваність, досяжність, відсутність конкуренції з іншими завданнями, окресленість у часовому вимірі та інші. Принципи контролю за виконанням завдань: проведення зустрічей, основні питання, що мають обговорюватися під час щоденних і тижневих зустрічей, прозорість і підзвітність.

Визначення зон відповідальності: визначення активів і відповідальних за них, визначення ключових критеріїв ефективності та ключових завдань, закріплення в посадових інструкціях. Роль та мета делегування повноважень. Завдання, які підлягають делегуванню. Виключні компетенції керівника. Принципи організації делегування.

Роль зворотного зв'язку. Організація системи зворотного зв'язку. Особливості проведення регулярних зустрічей. Рекомендовані запитання для обговорення на зустрічах. Правила зворотного зв'язку. Моделі зворотного зв'язку.

Основні етапи рекрутингу: підготовка до відкриття вакансії, написання тексту вакансії, розміщення вакансії, скринінг результатів, проведення співбесіди, заходи після проведення співбесіди.

Зміст і основні елементи онбордингу. Розробка онбординг-плану. Принципи проведення зустрічей під час онбордингу. Зміст і основні елементи офбордингу. Підготовка плану офбордингу.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Тема 6. Постановка завдань та зони відповідальності

Семінарське заняття 4. Планування операційної діяльності (2 год.)

1. Регламенти постановка завдань.
2. Інструменти моніторинг операційної діяльності.
3. Активи медіаустанов та інституцій.
4. Делегування повноважень та зворотній зв'язок.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Тема 7. Особливості рекрутингу в медіаустановах та інституціях

Семінарське заняття 5. Набір персоналу (2 год.)

1. Планування набору персоналу.

2. Етапи рекрутингу.
3. Визначення функціональних обов'язків.
4. Принципи проведення співбесід.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Тема 8. Онбординг та офбординг

Семінарське заняття 6. Введення нового співробітника і передання справ (2 год.)

1. Елементи онбордингу.
2. Розробка онбординг-плану.
3. Планування зустрічей.
4. Роль офбордингу. Контрольний список передання справ.

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 4, 6, 9.

Змістовний модуль III. Фінансовий менеджмент.

Тема 9. Бюджетування та види монетизації.

Лекція 3. Основні фінансові показники та складові елементи бюджетування медіаустанов та інституцій (2 год.)

Принципами фінансового планування для забезпечення стійкості установи. Поняття бюджету, звіту про доходи та видатки, грошового потоку.

Фінансові показники та складові елементи бюджетування. Витрати третіх осіб, фіксовані витрати, нефіксовані витрати, рентабельність.

Розробка фінансового плану та етапи його підготовки. Особливості форм оподаткування для медіаустанов та інституцій, їх переваги та недоліки.

Види та моделі монетизації. Моделі, що засновані на платному контенті. Моделі, що передбачають отримання грантів. Не контентні моделі: електронна комерція, організація заходів, продаж реклами, агентство з продакшену, освітні послуги. Моделі, що передбачають залучення читацьких доходів: пейвол, клуб, краудфандинг. Особливості монетизації в соціальних мережах.

Тема 10. Моделі монетизації.

Семінарське заняття 7. Основні моделі монетизації (2 год.)

1. Зміст бізнес-моделей.
2. Види монетизації.
3. Рекламні інструменти.
4. Не рекламні інструменти (гранти, читацькі доходи).

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Література додаткова: 1, 2, 3, 5, 6, 9, 10, 11, 14, 15, 16.

Тема 11. Фінансове планування та забезпечення рентабельності.

Семінарське заняття 8. Проєкт фінансового плану (2 год.)

1. Звіт про доходи і витрати.
2. Ключові фінансові показники.
3. Розробка фінансового плану.

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Література додаткова: 1, 2, 3, 5, 6, 9, 10, 11, 14, 15, 16.

Тема 12. Розробка бізнес-стратегії

Семінарське заняття 9. Основні бізнес-стратегії (2 год.)

1. Платний контент.
2. Електронна комерція.
3. Організація заходів.
4. Клубна стратегія.
5. Освітні послуги.
6. Продакшн.

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Література додаткова: 1, 2, 3, 5, 6, 9, 10, 11, 14, 15, 16.

Змістовний модуль IV.

Управління медіапроєктами та медіапродуктами.

Тема 13. Менеджмент медіапродуктів і медіапроєктів: спільне та відмінне

Лекція 4. Особливість медіапроєктів і медіапродуктів (2 год.)

Поняття медіапроєкту. Управління проєктами. Обов'язки проєктного менеджера.

Основні етапи розробки проєктів: формування ідей, пояснення ідей, визначення завдань, комунікація про основну ідею, запуск проєкту, виведення проєкту з ринку. Особливості управління проєктами в медіаустановах та інституціях: короткостроковість, можлива відсутність бюджету.

Поняття медіапродукту. Управління медіапродуктом. Спільні і відмінні риси між медіапродуктом і медіапроєктом. Обов'язки продукт-менеджера.

Основні етапи життєвого циклу медіапродуктів: дослідження, визначення, планування, проєктування, розроблення, тестування, запуск, підтримка, вимірювання, вдосконалення.

Основні методології розроблення медіапроєктів і медіапродуктів: agile scum, канбан. Особливості тестування: функціональне тестування, залучення користувачів. Тестування використанням. Маркетинг проєктів і продуктів. Основні критерії вимірювання. Підготовка плану виводу проєкту та продукту з ринку.

Тема 14. Управління медіапроектами

Семінарське заняття 10. Розробка медіапродуктів (2 год.)

1. Формування ідеї проекту.
2. Виклики, що стоять перед проектами.
3. Життєвий цикл проекту.
4. Методи розробки проектів.

Література основна: 1, 7, 8.

Література додаткова: 3,4, 6, 9.

Тема 15. Управління медіапродуктами

Семінарське заняття 11. Розробка медіа продуктів (2 год.)

1. Різниця між медіапроектами і медіапродуктами.
2. Завдання продакт-менеджера.
3. Життєвий цикл медіапродукту.
4. Вивід продукту з ринку.

Література основна: 1, 7, 8.

Література додаткова: 3,4, 6, 9.

Тема 16. Трансформація медіапроектів

Семінарське заняття 12. Стратегія розвитку медіапроектів (2 год.)

1. План розвитку медіапроекту.
2. Оцінка потенціалу розширення медіапроекту до медіапродукту.
3. Розробка моделі монетизації медіапродукту.
4. Маркетинг медіапроектів.

Література основна: 1, 7, 8.

Література додаткова: 3,4, 6, 9.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1.	Відвідування лекцій	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	Відвідування семінарських занять	1	3	3	3	3	3	3	3	3
3.	Робота на семінарському занятті	10	3	30	3	30	3	30	3	30
4.	Виконання завдань з самостійної роботи	5	4	20	4	20	4	20	4	20
5.	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом			-	79	-	79	-	79	-	79
Максимальна кількість балів			316							
Розрахунок коефіцієнту			$316:100 = 3,16$ Студент набрав: 246 балів Оцінка: $246:3,16 = 78$							

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання **Змістовний модуль I. Управління медіаустановою та інституцією.**

Тема 1. Основні функціональні напрями управління медіаустановами та інституціями (2 год.).

Тема 2. Стратегічне планування (6 год.)

Тема 3. Управління ризиками (6 год.)

Тема 4. Організаційна структура та ключові показники ефективності (6 год.).

Комплексна робота: розробити стратегію, систему управління ризиками, визначити організаційну структуру та ключові показники ефективності медіаустанови чи інституції за вибором здобувачів. Проєкт управління медіаустановою чи інституції має включати наступні обов'язкові складові частини:

- оцінку поточної ситуації;
- опис цільової аудиторії та її проблемні питання;
- візію та цінності;
- основні напрями розвитку та завдання;
- матрицю ризиків;
- обґрунтування типу організаційної структури;
- ключові показники ефективності.

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи змістового модуля I:

- дотримання структури та послідовності кроків;
- використання різних методів дослідження ситуації та досліджень;
- узгодженість основних напрямів розвитку і завдань із потребами цільової аудиторії;
- визначення заходів і відповідальних за попередження ризиків;
- кореляція ключових показників ефективності з завданнями і стратегічними напрями розвитку.

Змістовний модуль II. Управління людськими ресурсами та рекрутинг.

Тема 5. Принципи операційного менеджменту та управління людськими ресурсами (2 год.).

Тема 6. Постановка завдань та зони відповідальності (6 год.).

Тема 7. Особливості рекрутингу в медіаустановах та інституціях (6 год.).

Тема 8. Онбординг та офбординг (6 год.).

Комплексна робота: розробити план і регламенти управління людськими ресурсами для медіаустанови чи інституції, яку обрали здобувачі для виконання самостійної роботи до змістовного модулю I.

План управління людськими ресурсами має включати:

- основні принципи (засади) управління людськими ресурсами;
- регламент постановки задач;

- обґрунтування вибору конкретного інструменту моніторингу операційної діяльності;
- характеристику основних активів і відповідальних за них;
- план залучення персоналу;
- регламентування основних етапів рекрутингу на прикладі обраної здобувачами посади;
- регламент проведення співбесід;
- план онбордингу;
- план зустрічей із новим співробітником;
- план офбордингу.

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи змістового модуля II:

- відповідність принципам управління людськими ресурсами;
- відповідність принципам постановки завдань;
- опис основних активів, що відповідають стратегічним напрямкам розвитку медіаустанови чи інституції;
- відповідність плану залучення співробітників типу організаційної структури;
- вичерпність плану онбордингу та офбордингу.

Змістовний модуль III. Фінансовий менеджмент.

Тема 9. Бюджетування та види монетизації (2 год.).

Тема 10. Моделі монетизації (6 год.).

Тема 11. Фінансове планування та забезпечення рентабельності (6 год.).

Тема 12. Розробка бізнес-стратегії (6 год.).

Комплексна робота: розробити бізнес-стратегію для медіаустанови або інституції, яку обрали здобувачі для виконання попередніх самостійних робіт, та модель монетизації, що забезпечує успішність бізнес-моделі.

Бізнес-план має включати:

- врахування фінансових показників;
- опис бізнес-моделі;
- опис вибраних інструментів монетизації;
- проєкт фінансового плану на рік.

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи змістового модуля III:

- врахування фінансових показників і попередні розрахунки;
- обґрунтованість бізнес-моделі, що спирається на дослідження або приклади;
- узгодженість бізнес-моделі із стратегією медіаустанови чи інституції;
- використання кількох інструментів монетизації та їх обґрунтування;
- врахування обов'язкових елементів фінансового плану.

Змістовний модуль IV. Управління медіапроектами та медіапродуктами.

Тема 13. Менеджмент медіапродуктів і медіапроектів: спільне та відмінне (2 год.).

Тема 14. Управління медіапроектами (6 год.).

Тема 15. Управління медіапродуктами (6 год.).

Тема 16. Трансформація медіапроектів (6 год.).

Комплексна робота: розробити медіапроект і план розвитку медіапроекту до медіапродукту для медіаустанови чи інституції, яку здобувачі обрали для виконання попередніх самостійних робіт.

Опис медіапроекту має включати наступні складові елементи:

- обґрунтування ідеї, її зв'язок із стратегією медіаустанови чи інституції;

- опис викликів і шляхів їх подолання;

- документування життєвого циклу медіапроекту;

- посадову інструкцію менеджера проекту;

- план просування (маркетингу) проекту;

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи змістового модуля IV:

- врахування фінансових показників і попередні розрахунки;

- обґрунтованість бізнес-моделі, що спирається на дослідження або приклади;

- узгодженість бізнес-моделі із стратегією медіаустанови чи інституції;

- використання кількох інструментів монетизації та їх обґрунтування з посиланнями на дослідження або приклади;

- прогноз заснований на даних тривалості підтримки проекту, його розвитку в продукт і тривалість підтримки продукту з урахуванням фінансового плану та стратегії розвитку медіаустанови чи інституції.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна до змістовного модулю I. «Управління медіаустановою та інституцією» передбачає написання творчої роботи на задану тему – розробити стратегію розвитку медіаустанови або інституції, що має враховувати:

- оцінку ситуації;

- опис проблем аудиторії;

- візію, місію та цінності;

- основні напрями розвитку

- SMART-цілі;

- матрицю ризиків.

Критерії оцінювання модульної контрольної №1:

- аналітичність;

- евристичність;

- врахування поточного контексту;

- відповідність цілей SMART-підходу.

Модульна контрольна змістовного модулю II «Управління людськими ресурсами та рекрутинг» передбачає написання творчої роботи на задану тему, а саме – розробка регламентів управління персоналом, що має враховувати:

- план залучення нових фахівців за потреби розширення;
- план залучення нових фахівців за потреби заміщення;
- план онбордингу;
- регламент постановки завдань;
- план офбордингу.

Критерії оцінювання модульної контрольної №2:

- системність;
- комплексність;
- вичерпність;
- евристичність.

Модульна контрольна змістовного модулю III «Фінансовий менеджмент» передбачає написання творчої роботи на задану тему, а саме – розробка річного фінансового плану медіаустанови або інституції, що має включати:

- план доходів і витрат;
- структуру доходів;
- структуру витрат;
- модель монетизації;
- план збалансування джерел доходів.

Критерії оцінювання модульної контрольної №3:

- системність;
- комплексність;
- врахування поточної ситуації;
- відповідність розрахунків;
- евристичність.

Модульна контрольна змістовного модулю IV «Управління медіапроектами та медіапродуктами» передбачає написання творчої роботи на задану тему, а саме – план розвитку медіапроекту, що має включати:

- обґрунтування ідеї;
- життєвий цикл медіапроекту;
- план монетизації;
- маркетинг-план;
- план розширення проекту до продукту з визначенням показників успішності;
- план виводу проекту та продукту з ринку на випадок недосягнення показників успішності.

Критерії оцінювання модульної контрольної №4:

- системність;
- комплексність;
- врахування поточної ситуації;
- відповідність розрахунків;
- евристичність.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та система його оцінювання

Семестровий контроль до даної дисципліни є заліком. Відповідно, визначається сумою набраних балів за результатами відвідування лекцій, роботи на семінарських заняттях, модульних контрольних та виконання самосійної роботи.

6.5. Шкала відповідності оцінок

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

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом – 120 год., лекції – 8 год., семінарські заняття – 24 год., самостійна робота – 80 год.

Модулі	Змістовний модуль I			Змістовний модуль II			Змістовний модуль III			Змістовний модуль IV		
Назва модуля	Управління медіаустановою та інституцією – 79 балів			Управління людськими ресурсами та рекрутинг – 79 балів			Фінансовий менеджмент – 79 балів			Управління медіапроєктами та медіапродуктами – 79 балів		
Лекції	Відвідування – 1 бал			Відвідування – 1 бал			Відвідування – 1 бал			Відвідування – 1 бал		
Теми лекцій	Функціональні обов'язки менеджера медіаустанови та інституції			Людські ресурси та постановка завдань			Основні фінансові показники та складові елементи бюджетування медіаустанов та інституцій			Особливість медіапроєктів і медіапродуктів		
Семінарські заняття	Відвідування – 3 бали			Відвідування – 3 бали			Відвідування – 3 бали			Відвідування – 3 бали		
Теми семінарських занять	Складові елементи стратегій медіаустанов та інституцій – 10 балів	Матриця ризиків - 10 балів	Основні функції медіаустанов та інституцій – 10 балів	Планування операційної діяльності - 10 балів	Набір персоналу - 11 балів	Введення нового співробітника і передання справ - 10 балів	Основні моделі монетизації - 10 балів	Проект фінансового плану - 10 балів	Основні бізнес-стратегії – 10 балів	Розробка медіапродуктів – 10 балів	Розробка медіа продуктів – 10 балів	Стратегія розвитку медіапроєктів – 11 балів
Самостійна робота	20 балів			20 балів			20 балів			20 балів		
Види поточного контролю	25 балів			25 балів			25 балів			25 балів		
Підсумковий контроль	Залік											

8. Рекомендовані джерела

Основні (базові):

1. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільно-політичної та економічної тематики // Гарус А., Яніцький А. – Київ, 2019. – 32 с.
2. Мицко Л. Екосистема монетизації. Як медіа заробляти гроші за допомогою соцмереж // Медіамейкер. – 19.09.2023. URL: <https://mediamaker.me/ekosystema-monetyzacziyi-yak-media-zaroblyaty-groshi-za-dopomogoyu-soczmerezh-4951/>
3. Нановська В. Як обрати найкращу модель монетизації для свого медіа? Оглядаємо можливі варіанти // Медіамейкер. – 30.11.2023. URL: <https://mediamaker.me/yak-obraty-najkrashhu-model-monetyzacziyi-dlya-svogo-media-oglyadayemo-mozhlyvi-varianty-6108/>
4. Перетяка М. Вартість знань: як передплатний вміст у пейвол-моделі перетворює читачів у інвесторів // Membrana media. – 18.05.2023. URL: <https://ua.membrana.media/news/vartist-znan-yak-peredplatniy-vmist-u-peyvol-modeli-peretvoryuie-chitachiv-u-investoriv>
5. Рябоштан І. Монетизація медіа: як працювати з рекламою, пейволом, передплатою та цифровими інструментами // Детектор медіа. – 24.11.2021. URL: <https://detector.media/rinok/article/194124/2021-11-24-monetyzatsiya-media-yak-pratsyuvaty-z-reklamoyu-peyvolom-peredplatoyu-ta-tsyfrovymy-instrumentamy/>
6. Як регіональним медіа будувати лідерські організації. Інструкція з менеджменту медіа // Носко А., Шибіко А., Титарчук К. та ін. – Київ, 2023. – 50 с.
7. Kwong R. Project Management in Newsrooms // APM. 2021. URL: <https://www.apm.org.uk/v2/media/biafkpx5/project-management-in-newsrooms.pdf>
8. Practical Guide to Product Management in Digital Media // MDIF., 2021. URL: https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2021/09/Guide_Product_Management.pdf

Додаткові:

1. Беца О. Мембершип — це можливість відверто говорити з аудиторією про гроші // media lab. – 10.12.2021. URL: https://medialab.online/news/membership_lmi/
2. Гроші на хайпі. Як слава і скандали зробили з Олексія Арестовича одного з найбагатших тренерів особистісного зростання / Головін В., Рінгіс А. // Forbes. – 05.10.2023. URL: <https://forbes.ua/business/skilki-zaroblyae-oleksiy-arestovich-05102023-16468>
3. Джерела фінансування та можливості для українських контент-виробників зовні та всередині країни // Kyiv Media Week, - 27.11.2023. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0J4p8yHFXgs&list=PLgP9y3YjxH-qwocAMtVAqsA_No0054ppR&index=5
4. Журналіст стає центральною фігурою в моделі медіа-бізнесу, – Русланас Ірзікявічюс // Спілка журналістів України. – 27.09.2021. URL:

<https://nsju.org/novini/zhurnalist-staye-czentralnoyu-figuroyu-v-modeli-media-biznesu-ruslanas-irzikyavichyus/>

5. 3 Днем журналіста. Що війна залишила від бізнесу та редакцій найбільших українських медіа. Спойлер – не дочекаєтесь / Шаріпов О., Федорчук В., Давиденко Б. // Forbes. – 06.06.2023. URL:

<https://forbes.ua/company/z-dnem-zhurnalista-shcho-viyna-zalishila-vid-biznesu-i-redaktsiy-naybilshikh-ukrainskikh-media-spoiler-ne-dochekaetes-06062023-14020>

6. Карманська Ю. Заробити під час пандемії: незалежні українські медіа живуть чи виживають? – 30.11.2020. URL: <https://ua.ejo-online.eu/5139/mediaekonomika/ukrainian-media-pandemic>

7. Посібник від Львівського медіафоруму й Google: Як медіа ефективно працювати з інструментами техгіганта. URL:

<https://drive.google.com/file/d/1IO8eHL0TxgeFQpIRFwP8G8gIFVRHWpsQ/view>

8. Про медіа. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>

9. Розмова з лідерами провідних медіакомпаній України: нові бізнес-стратегії, перспективи, колаборації // Kyiv Media Week, - 27.11.2023. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=Y1QmGlaTTSU&list=PLgP9y3YjxH-qwocAMtVAqsA_No0054ppR&index=3&t=1437s

10. Скільки може коштувати «Українська правда»? Forbes разом з інвестбанкірами та медіаменеджером спробував визначити ціну порталу / Шаповал К., Штука Н. // Forbes. – 28.05.2021. URL:

<https://forbes.ua/company/skilki-mozhe-koshtuvati-ukrainska-pravda-forbes-razom-z-investbankirami-ta-mediamednedzherom-sprobuvav-viznachiti-tsinu-portalu-28052021-1695>

11. Три моделі монетизації міських медіа, у які ніхто (майже) не вірить // Агенція медійного росту «Або». – 19.05.2019. URL: <https://agency-abo.medium.com/%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B4%D1%96%D0%BE%D0%BD-%D1%82%D0%B0%D0%BA-%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B4%D1%96%D0%BE%D0%BD-3-%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%96-%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97-%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D1%85-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D1%83-%D1%8F%D0%BA%D1%96-%D0%BD%D1%96%D1%85%D1%82%D0%BE-%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%B6%D0%B5-%D0%BD%D0%B5-%D0%B2%D1%96%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8C-980a390a62e7>

15. Яніцький А. Стан клубних моделей у медіа в Україні // Kyiv School of Economics. URL: <https://kse.ua/ua/kse-research/stan-klubnih-modeley-u-media-v-ukrayini/>

16. Defector Annual Report, September 2022 – August 2023 // Defector. – 14.11.2023. URL: <https://defector.com/defector-annual-report-year-three>

17. Redefining retention: driving loyalty across the customer lifecycle // FT Strategies. Google News Initiative. – 2023. URL: <https://24982124.fs1.hubspotusercontent-eu1.net/hubfs/24982124/GNI/Redefining%20Retention-Driving%20Loyalty%20Across%20The%20Customer%20Lifecycle.pdf>

9. Додаткові ресурси

1. Агенція медійного росту «Або». URL: <https://agency-abo.medium.com>
2. Академія Суспільного. URL: <https://academy.suspilne.media/library>
3. Детектор медіа. URL: <https://detector.media>
4. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/>
5. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me>
6. Редакторський портал. URL: <https://redactor.in.ua>
7. Donbas Media Forum. URL: <https://dmf.dn.ua/>
8. European Journalism Observatory. URL: <https://ua.ejo-online.eu>
9. Kyiv Media Week. URL: <https://kyivmediaweek.com/uk/>
10. Lviv Media Forum. URL: <https://lvivmediaforum.com/>
11. Media Development Foundation. URL: <https://www.facebook.com/mdfoundationUA/>
12. media lab. URL: <https://medialab.online>