

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра журналістики і нових медіа



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

«01» 09 2023 року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

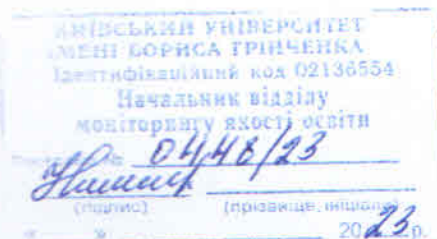
### УПРАВЛІННЯ І ПРОМОЦІЯ МЕДІАПРОЄКТІВ

спеціальності: 061 Журналістика

освітнього рівня: другого (магістерського)

освітньої програми: 061.01.04. Медіакомунікації

Київ – 2023



**Розробник:** Володимир ГРИСЮК, доктор філософії з журналістики, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка

**Викладачі:** Володимир ГРИСЮК, доктор філософії з журналістики, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка

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

Протокол від 29 серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК

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

28 серпня 2023 р.

Гарант освітньої-професійної програми  Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму перевірено

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 №\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
<b>Управління і промоція медіапроектів</b>	
Форма навчання	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Курс	1
Семестр	1
Кількість змістових модулів з розподілом:	2
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі	120
аудиторні	16
модульний контроль	
семестровий контроль	
самостійна робота	104
форма семестрового контролю	залік

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Програму укладено згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає: обсяги знань, які повинен опанувати студент відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритм вивчення навчального матеріалу дисципліни «Управління і промоція медіапроектів», необхідне методичне забезпечення, технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

**Мета дисципліни** – сформувати комплекс теоретичних знань та практичних навичок управління та промоції медіапроектів, необхідних для роботи в сучасних редакціях та ньюзрумах на телебаченні, радіо, газет і журналів.

**Завдання.** У результаті вивчення цього курсу студент має:

- знати прийоми та засоби управління медіапроектами та промоції контенту;
- визначати загальний бюджет на промоцію медіапроекту;
- вміти правильно застосовувати канали та засоби просування контенту;
- керувати комунікаційними процесами;
- оцінювати ризики реалізації медіабізнесу.

**уміти:**

- оперувати процесами в медіасистемах;
- налагоджувати комунікації в медіаіндустрії;
- застосовувати технології та прийоми медіаменеджменту;
- аналізувати практичні кейси реалізації медіапроектів;
- знаходити варіанти виходу з комунікаційних та управлінських криз.
- Керувати колективом творчих працівників.

### **3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ**

У результаті вивчення курсу формуються такі **компетентності**:

#### *загальні*

**ЗК02** Здатність планувати час та управляти ним.

**ЗК05** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**ЗК06** Здатність приймати обґрунтовані рішення.

**ЗК07** Здатність розробляти проекти та управляти ними

**ЗК08** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

**ЗК09** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

#### *спеціальні (фахові, предметні) 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.

**СКУ08** Здатність формувати систему взаємодії в соціальних медіа та відеохостингах, використовуючи сучасні цифрові комунікаційні інструменти, будувати взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами медіаринку.

**СКУ09** Здатність знаходити оптимальні рішення, відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та психологічних характеристик учасників міжособистісної та масової комунікації.

#### *Результати навчання:*

**РН01.** Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.

**РН02.** Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

**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 проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

**РН12.** Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.

**РН13.** Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

**РНУ14.** Усвідомлювати колективну природу медіапроєкту, здійснювати ефективний тайм-менеджмент з виконавцями від задуму до практичної його реалізації та поширення в інтернет-середовищі.

**РНУ16.** Знати, розуміти й використовувати правові та етичні норми у своїй професійній діяльності.

**РНУ18.** Вміти оцінити співрозмовника на основі здобутих знань для досягнення комунікативної мети.

#### 4. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п / п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Модульний контроль
<b>Змістовий модуль I</b>								
<b>Медіапроект: поняття, структура та способи реалізації</b>								
1	Пошук проектної ідеї в сфері медіа. Стратегія розробки медіапроекту	24		2	2		20	
2	Структура медіапроекту	14			2		12	
3	Створення та втілення бізнес-плану	22			2		20	
	<i>Разом</i>	<b>60</b>		<b>2</b>	<b>6</b>		<b>52</b>	
<b>Змістовий модуль II</b>								
<b>Специфіка промоції та управління медіапроєктами</b>								
4	Основи управління проектом. Особливості реалізації медіапроекту та його завершення	24		2	2		20	
5	Шляхи та можливості промоції медіапроекту	22			2		12	
6	Аналіз медіапроєктів: причини успіху та провалу	14			2		20	
	<i>Разом</i>	<b>60</b>		<b>2</b>	<b>6</b>		<b>52</b>	
	<i>Разом за навчальним планом</i>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>12</b>		<b>104</b>	

#### 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

##### Медіапроект: поняття, структура та способи реалізації

##### Лекція 1. Пошук проектної ідеї в сфері медіа. Стратегія розробки медіапроекту

1. Підходи до розуміння проектної ідеї.
2. Моніторинг медіаринку задля пошуку проектної ідеї. Аналіз рейтингів
3. Формулювання стратегії розробки медіапроекту.

## **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 1,2,3.*

### **Семінар 1. Пошук проектної ідеї в сфері медіа. Стратегія розробки медіапроекту (2 год.)**

1. Запропонувати та сформулювати власну проектну ідею в сфері медіа;
2. Описати стратегію реалізації власного медіапроекту.

## **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 2,3,4.*

### **Семінар 2. Структура медіапроекту (2 год.)**

1. Підходи до розуміння структури медіапроектів.
2. Види фінансування медіапроектів.
3. Роль креативної команди.
4. Значення маркетингових стратегій та реклами у промоції медіапроектів.

## **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 1,2,3.*

### **Семінар 3. Створення та втілення бізнес-плану (2 год.)**

1. Бізнес-план: професійні підходи.
2. Формальні та змістові вимоги до бізнес-плану.
3. Особливості втілення бізнес-плану: кризові ситуації та форс-мажори.
4. Створення власного бізнес-плану для медіапроекту.



## **Література**

5. *Основна: 1-14*

6. *Допоміжна: 2,3.*

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II**

### **Специфіка промоції та управління медіапроєктами**

#### **Лекція 2. Основи управління проєктом. Особливості реалізації медіапроєкту та його завершення (2 год.)**

1. Завдання та функції медіаменеджменту.
2. Особливості та інструменти управління медіапроєктом.
3. Значення мотивації, вимоги до компетенції медіаменеджера.
4. Проблеми у реалізації медіапроєкту.
5. Причини закриття медіапроєкту. Кризовий медіаменеджмент.

## **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 2, 4.*

#### **Семінар 4. Основи управління проєктом. Особливості реалізації медіапроєкту та його завершення (2 год.)**

1. Охарактеризуйте своє бачення процесу управління медіапроєктом.
2. Запропонуйте шляхи вирішення конфліктів, комунікаційних криз і форс-мажорів.
3. Назвіть базові методи кризового медіаменеджменту.

## **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 1,2.*

## **Семінар 5. Шляхи та можливості промоції медіапроєкту (2 год.)**

1. Значення реклами та PR у промоції медіапроєкту.
2. Інструменти просування контенту.
3. Участь у публічних заходах, конференціях, соціальних акціях.
4. Професійні конкурси та нагороди.
5. Грантові заявки.

### **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 1-4.*

## **Семінар 6. Аналіз медіапроєктів: причини успіху та провалу (2 год.)**

1. Специфіка проведення аналізу медіапроєктів. Інструменти та основні правила аналізу.
2. Поширені причини успіху та провалу медіапроєктів в Україні.
3. Аналіз успішних та неуспішних медіапроєктів (український та світовий контекст).

### **Література**

*Основна: 1-14*

*Допоміжна: 1-4.*

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Вид діяльності студента	Макс. кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Макс. кіл-ть балів	Кіл-сть одиниць	Макс. кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	3	3	3	3
Робота на семінарському занятті	10	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Разом:			49		49
Максимальна кількість балів	98				
Розрахунок коефіцієнта	$100:98=1,02$				

### Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

#### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І

##### Тема 1. Пошук проектної ідеї в сфері медіа. Стратегія розробки медіапроекту

Проведення комплексного моніторингу українського медіаринку. Визначення ТОП-10 найпопулярніших за рейтингами українських медіа (преса, радіо, телебачення, інтернет-медіа).

##### Тема 2. Структура медіапроектном

Визначення історії створення, структури, фінансування, кадрового забезпечення, промоції ТОП-10 найпопулярніших за рейтингами українських медіа (преса, радіо, телебачення, інтернет-медіа).

### **Тема 3. Створення та втілення бізнес-плану**

Аналіз історії створення, особливостей діяльності та стратегії розвитку «1+1 медіа» та Starlight Media. Місце цих медіахолдингів в інформаційному просторі України.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II**

### **Тема 4. Основи управління проектом. Особливості реалізації медіапроекту та його завершення**

Опишіть поширені помилки в правлінні медіапроектами в Україні. Наведіть конкретні приклади та запропонуйте ефективні шляхи вирішення цих помилок.

### **Тема 5. Шляхи та можливості промоції медіапроекту**

Проведіть моніторинг медіаринку ЄС, США, Японії та Австралії (на вибір?). Опишіть дієві механізми промоції медіапроектів у цих країнах усіх?.

### **Тема 6. Аналіз медіапроектів: причини успіху та провалу**

Складіть модель успішного медіапроекту. Поясніть значення та роль кожного елемента в цій моделі.

## **Критерії оцінювання самостійної роботи**

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

## **Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку.

### **Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю**

1. Проект і медіапроект: визначення понять.
2. Пошук проектної ідеї в сфері медіа.
3. Стратегії розробки медіапроекту.
4. Основи управління проектом.
5. Структура та специфіка медіапроекту.
6. Бізнес-планування і моделювання.
7. Команда медіапроекту: комунікація та психологія спілкування.
8. Календарне планування та обмеження по термінах.
9. Управління ризиками в медіапроекті.
10. Якість медіапроекту.
11. Критерії якості реалізації медіапроекту.
12. Особливості реалізації медіапроекту та його завершення.
13. Приклади успішних та неуспішних медіапроектів, реалізованих за останні 10 років.
14. Опис аудиторії, на яку розрахований медіапроект.
15. Звіт про проект. Особливості написання звіту.
16. Рекомендації щодо покращення проектної діяльності в сфері медіа.
17. Потенціал учасників проекту та регламентація їх діяльності.
18. Управління процесами і кадрами.
19. Гнучке управління ризиками.
20. Оцінка можливостей технічної та технологічної реалізації;
21. Управління проектними завданнями з урахуванням термінів і ресурсних обмежень.

### **Шкала відповідності оцінок**

<b>Оцінка</b>	<b>Кількість балів</b>
Відмінно	100 – 90
Дуже добре	82-89
Добре	25-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

## 7. Навчально-методична картка дисципліни для заочної форми навчання

Разом: 120 год., з них: лекційні – 4 год., семінарські – 12 год., самостійна робота – 104 год.

Модулі	<b>Змістовий модуль I</b>		
Назва модуля	<b>Медіапроект: поняття, структура та способи реалізації</b>		
Кількість балів за модуль	49 балів		
Лекції	1		
Теми лекцій	Маркетингові комунікації: поняття, зміст, функції, завдання (2 год.) 1 бал		
Семінарське заняття	3		
Теми семінарських занять	Семінарське заняття 1. Комунікації в системі маркетингу. 11 балів (2 год.)		
	Семінарське заняття 2. Структура медіапроекту 11 балів (2 год.)		
	Семінарське заняття 3. Створення та втілення бізнес-плану 11 балів (2 год.)		
Самостійна робота	5 балів	5 балів	5 балів
Модулі	<b>Змістовий модуль II</b>		
Назва модуля	<b>Специфіка промоції та управління медіапроєктами</b>		
Лекції	1		
Теми лекцій	Основи управління проектом. Особливості реалізації медіапроєкту та його завершення (2 год.)		
Кількість балів за модуль	49 балів		

Семінарське заняття	3		
Теми семінарських занять	Основи управління проектом. Особливості реалізації медіапроекту та його завершення (2 год.) 11 балів		
	Шляхи та можливості промоції медіапроекту (2 год.) 11 балів		
	Аналіз медіапроектів: причини успіху та провалу (2 год.) 11 балів		
Самостійна робота	5 балів	5 балів	5 балів
Підсумковий контроль	Залік		

## 8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна:

1. Богданович, Г. (2010). Медіапроекти як якісний показник сучасної журналістики.
2. Грисюк, В. П. (2023). Практики комерційної комунікаційної діяльності: Маркетингові комунікації.
3. Іванова, І. Б. (2020). Медіапроект «Накипіло» як успішний досвід розбудови незалежних ЗМІ.
4. Іванова, С. А., & Радіонова, Г. П. (2022). Медіапроект в сучасному просторі співпраці. Editorial Board, 149.
5. Ларченко, О. В. (2023). Сучасні проблеми управління: маркетинг і менеджмент малого бізнесу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (16), 128-132.
6. Мальцева, О., Нетреба, М., Сімашова, А., Грисюк, В., Гиріна, Т., Косюк, О. М., ... & Єжижанська, Т. (2017). Гра в бісер: Комунікаційні ігри сучасності: монографія.
7. Марків, О. Т., Марків, І. П., & Білорусцева, Т. М. (2023). Складові механізми саморегуляції в медіа: правові засади, журналістські

стандарти, медіаграмотність, меркетингові стратегії.

Культурологічний альманах, (1), 181-187.

8. Микитюк, П. П., Брич, В. Я., Микитюк, Ю. І., & Труш, І. М. (2021).  
Управління проєктами.
9. Мінцберг, Г. (2020). Анатомія менеджменту: ефективний спосіб керувати компанією.
10. Новосельський, І. Ф., Новосельський, І. Ф., & Новосельский, И. Ф. (2020). Політико-правові засади функціонування нових медіа: світовий досвід та Україна.
11. Федосєєва, Я. Ю., & Снігир, І. А. (2023). Соціальний медіапроєкт: авторська добірка.
12. Черемних І. Медіаменеджмент: конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.
13. Albarran, A., Mierzejewska, B., & Jung, J. (2018). Handbook of media management and economics.
14. Hess, T. (2014). What is a media company? A reconceptualization for the online world. *International Journal on Media Management*, 16(1), 3-8.

#### **Додаткова література:**

1. Губіна, А. М., Нетреба, М. М., & Хлебнікова, Т. М. (2021). Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*, 11(17), 258-270.
2. Перепеличенко, А. (2023). Розробка бренд-стратегії для медіа-проєктів громадських організацій, що працюють з неформальною громадянською освітою молоді (на прикладі проєкту «Бо медіа» ГО «Молодіжна демократична асоціація «ЙОДА»).
3. Стельмахова, О. (2019). Медіа України: проблеми та перспективи. *Публічне урядування*, (2 (17)), 264-280.
4. Тарасенко, В. С., Тарасенко, В. С., & Тарасенко, В. С. (2021). *Кадровий менеджмент: навчально-методичний посібник.*



