



**Розробник:**

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри міжнародної журналістики

**Викладач:**

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри міжнародної журналістики

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики

Протокол від «30» серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри

міжнародної журналістики



Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником робочої групи) 061.00.07 Міжнародні медіа та цифрові комунікації  
\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ . 2024 р.

Гарант освітньої програми



Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ . 2024 р.

Заступник декана



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
	денна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4 / 120
Курс	2
Семестр	3
Кількість змістових модулів за розподілом	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
<i>Аудиторні</i>	32
<i>Модульний контроль</i>	8
<i>Семестровий контроль</i>	30
<i>Самостійна робота</i>	50
Форма семестрового контролю	екзамен

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Управління медіапроєктами» покликана формувати у студентів комплексні знання та навички з проєктного менеджменту, спеціально адаптовані для сфери міжнародної журналістики та медіаіндустрії у цифрову епоху. Вона сприяє розвитку здатності створювати, керувати та успішно реалізовувати медіапроєкти різного масштабу, враховуючи сучасні методології та підходи, такі як дизайн-мислення, Agile, Scrum та інші.

**Предметом вивчення дисципліни** є теорія та практика управління медіапроєктами, включаючи планування, організацію, реалізацію, моніторинг та контроль проєктів у галузі медіа. Особливу увагу приділено міжнародним аспектам, що охоплюють культурні, правові та організаційні особливості роботи на глобальному медіаринку.

**Метою** викладання навчальної дисципліни є підготовка висококваліфікованих фахівців з управління медіапроєктами, здатних ефективно керувати всіма етапами життєвого циклу проєкту, застосовувати інноваційні підходи та методології, а також адаптувати стратегії та інструменти під специфіку міжнародного середовища.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є:

- ознайомити студентів з основами проєктного менеджменту та специфікою його застосування в медіаіндустрії, типами медіапроєктів,
- навчити застосовувати сучасні методології управління проєктами, такі як Agile, Scrum та дизайн-мислення, у контексті медіапроєктів,
- розвинути навички управління командами та ефективної комунікації в проєкті,
- надати знання з планування та реалізації проєктних бюджетів, управління ризиками, кризами та змінами в проєкті,
- формувати компетенції у сфері фандрайзингу та налагодження партнерств для підтримки медіапроєктів,
- забезпечити розуміння стратегічних комунікацій та методів просування медіапроєктів.

Дисципліна розглядається в єдиному контексті національних пріоритетів і національної безпеки України.

Впродовж вивчення дисципліни студенти отримують такі **компетентності** відповідно до освітньої програми «Міжнародні медіа та цифрові комунікації»:

*загальні:*

- **ЗК02** Здатність планувати час та управляти ним;
- **ЗК03** Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- **ЗК06** Здатність приймати обґрунтовані рішення;
- **ЗК07** Здатність розробляти проєкти та управляти ними;
- **ЗК08** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня;
- **ЗК09** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

*спеціальні:*

- **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.

### 3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

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

- основи та принципи проєктного менеджменту, специфіку управління медіапроєктами у міжнародному контексті,
- сучасні методології та підходи до розробки ідей проєктів та управління проєктами,
- методи планування, моніторингу, управління ризиками, кризами та змінами в проєктах,
- інструменти впровадження позитивного впливу у медіапроєкти,
- основи фандрайзингу та інструменти просування медіапроєктів.

**уміти:**

- планувати та реалізовувати авторські медіапроєкти, застосовуючи методології Agile, Scrum та дизайн-мислення для управління медіапроєктами,
- досліджувати цільову аудиторію проєктів, визначати проблеми, які проєкти вирішуватимуть,
- формувати та керувати командами, забезпечувати ефективну комунікацію в проєктах,
- розробляти та контролювати плани реалізації та бюджети медіапроєктів,
- ідентифікувати та управляти ризиками та змінами в медіапроєктах,
- налагоджувати партнерства для посилення медіапроєктів,
- планувати та реалізовувати стратегії комунікаційного менеджменту та просування медіапроєктів.

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми:

- **РН01** Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог;
- **РН05** Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів;
- **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 проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів;
- **РН13** Організувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторні:					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
<b>Змістовий модуль 1</b>							
<b>Основи проєктного менеджменту для медіапроєктів</b>							
Тема 1. Вступ до проєктного менеджменту та сучасні методології для медіапроєктів	18	4		4			10
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>20</b>	<b>4</b>		<b>4</b>			<b>10</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>							
<b>Планування та реалізація медіапроєктів</b>							
Тема 2. Планування, бюджетування та контроль реалізації медіапроєктів	18	4		4			10
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>20</b>	<b>4</b>		<b>4</b>			<b>10</b>
<b>Змістовий модуль 3</b>							
<b>Управління командою та комунікаціями в медіапроєктах</b>							
Тема 3. Ефективне управління командою та стратегічні комунікації в медіапроєктах	23	2		6			15
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>25</b>	<b>2</b>		<b>6</b>			<b>15</b>
<b>Змістовий модуль 4</b>							
<b>Сталий розвиток та інновації в медіапроєктах</b>							
Тема 4. Інноваційні підходи, фандрайзинг, масштабування та сталий розвиток у медіапроєктах	23	2		6			15
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>25</b>	<b>2</b>		<b>6</b>			<b>15</b>
<i>Семестровий контроль</i>	30						
<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>	<b>12</b>		<b>20</b>			<b>50</b>



## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Змістовий модуль 1

#### Основи проєктного менеджменту для медіапроєктів

**Тема 1. Вступ до проєктного менеджменту та сучасні методології для медіапроєктів**

***Лекція 1. Вступ до проєктного менеджменту та сучасні методології управління проєктами (2 год.)***

Основні концепції та принципи проєктного менеджменту. Життєвий цикл проєкту: етапи та завдання. Проєктний менеджмент у контексті медіаіндустрії. Ключові ролі та відповідальності в проєктному менеджменті. Вимоги та обмеження медіапроєктів. Взаємодія з зацікавленими сторонами. Приклади успішних медіапроєктів. Основи методологій Agile та Scrum. Принципи гнучкого управління проєктами. Організація роботи в Scrum: ролі, артефакти та церемонії. Застосування Agile та Scrum у медіапроєктах. Переваги та виклики використання гнучких методологій. Приклади успішних медіапроєктів, реалізованих за Agile та Scrum. Впровадження гнучких методологій в організації.

*Рекомендовані джерела: основні — 5, 7, 8, 9; додаткові — 2, 4, 6, 10, 12, 14.*

***Лекція 2. Дизайн-мислення у проєктному менеджменті (2 год.)***

Основи дизайн-мислення: етапи та принципи. Аналіз цільової аудиторії за допомогою карти емпатії. Визначення проблеми та постановка завдання. Генерування креативних та інноваційних ідей. Прототипування та тестування ідей. Впровадження дизайн-мислення в медіапроєктах. Приклади використання дизайн-мислення в медіаіндустрії.

*Рекомендовані джерела: основні — 5, 6; додаткові — 3, 11, 13, 15, 17.*

***Практичне заняття 1. Використання карти емпатії для аналізу цільової аудиторії та дизайн-мислення для створення ідеї проєкту (2 год.)***

Створення профілю цільової аудиторії. Визначення потреб та проблем аудиторії. Збір та аналіз інформації про аудиторію. Візуалізація даних на карті емпатії. Визначення основної проблеми проєкту. Генерування креативних рішень. Оцінка релевантності ідей для аудиторії. Вибір найкращих ідей для прототипування. Розробка прототипу та тестування. Збір зворотного зв'язку та аналіз результатів. Вдосконалення прототипу на основі зворотного зв'язку.

*Рекомендовані джерела: основні — 5, 6; додаткові — 3, 11, 13, 15, 17.*

***Практичне заняття 2. Створення концепції медіапроєкту, розробка Scrum-дошки для медіапроєкту (2 год.)***

Визначення цілей та завдань проєкту. Розробка основної ідеї та концепції проєкту. Визначення ключових етапів проєкту. Ідентифікація ресурсів та

обмежень. Підготовка презентації концепції. Визначення спринтів та завдань. Створення візуального інструменту для управління проектом. Встановлення пріоритетів завдань. Відстеження прогресу та оцінка результатів. Визначення відповідальних осіб за завдання

*Рекомендовані джерела: основні — 7, 9; додаткові — 2, 10, 14.*

## **Змістовий модуль 2**

### **Планування та реалізація медіапроектів**

#### **Тема 2. Планування, бюджетування та контроль реалізації медіапроектів**

##### ***Лекція 3. Типи та формати медіапроектів (2 год.)***

Огляд основних типів медіапроектів. Вибір оптимального формату для проекту. Аналіз аудиторії та формат проекту. Приклади успішних медіапроектів. Вплив формату на реалізацію проекту. Інтеграція мультимедійних елементів. Адаптація проекту до різних платформ.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 5; додаткові — 3, 12, 14, 16.*

##### ***Лекція 4. Бюджетування, планування та реалізація проекту (2 год.)***

Основи фінансового планування. Розробка детального бюджету проекту. Врахування різних категорій витрат. Інструменти та методи контролю витрат. Аналіз фінансових ризиків та управління ними. Приклади бюджетування різних типів медіапроектів. Моніторинг та коригування бюджету. Використання діаграми Ганта для планування. Визначення ключових етапів та завдань. Розробка календарного плану проекту. Методи контролю та оцінки прогресу. Управління змінами в проекті. Впровадження інструментів для відстеження виконання завдань. Оцінка ефективності планування.

*Рекомендовані джерела: основні — 7, 8; додаткові — 2, 4, 12, 18.*

##### ***Практичне заняття 3. Розробка плану реалізації медіапроекту в умовах невизначеності (2 год.)***

Ідентифікація потенційних змін та ризиків. Розробка плану дій у кризових ситуаціях. Оцінка впливу змін на проєкт. Створення стратегії управління кризами, ризиками та змінами в реалізації проєкту. Визначення ймовірності настання ризиків та криз, розробка плану дій та попередження. Впровадження стратегій управління змінами. Комунікація змін з командою та стейкхолдерами. Аналіз успішності управління змінами.

*Рекомендовані джерела: основні — 7, 8, 9; додаткові — 2, 4, 12, 18.*

##### ***Практичне заняття 4. Створення та управління бюджетом та планом реалізації медіапроекту (2 год.)***

Розробка бюджету проекту. Визначення категорій витрат та доходів. Оцінка фінансових ризиків. Розробка заходів для мінімізації ризиків. Контроль

витрат та коригування бюджету. Створення діаграми Ганта для медіапроєкту. Визначення залежностей між завданнями. Оцінка тривалості завдань та встановлення дедлайнів. Моніторинг виконання завдань.

*Рекомендовані джерела: основні — 8, 9; додаткові — 2, 4, 12, 18.*

### **Змістовий модуль 3**

#### **Управління командою та комунікаціями в медіапроєктах**

#### **Тема 3. Ефективне управління командою та стратегічні комунікації в медіапроєктах**

##### ***Лекція 5. Інструменти управління командою та стратегічними комунікаціями медіапроєкту (2 год.)***

Навички для успішного управління проєктами. Важливість problem solving та аналітичного мислення. Роль креативності та гнучкості у проєктах. Лідерство та мотивація команди. Розвиток антикрихкості та стресостійкості. Впровадження людиноцентричних підходів. Формування та розвиток команди. Визначення ролей та відповідальностей. Мотивація та підтримка команди. Створення сприятливого робочого середовища. Управління конфліктами в команді. Оцінка ефективності роботи команди. Стратегії розвитку команди. Планування комунікаційної стратегії. Інструменти просування проєктів. Визначення цільової аудиторії комунікацій. Використання різних каналів комунікації. Оцінка ефективності комунікацій. Приклади успішних комунікаційних стратегій медіапроєктів.

*Рекомендовані джерела: основні — 6, 9; додаткові — 3, 12, 17, 18.*

##### ***Практичне заняття 5. Розробка профілю команди проєкту (2 год.)***

Визначення ролей та відповідальностей учасників. Створення мотиваційного плану для команди. Розробка плану розвитку команди. Аналіз сильних та слабких сторін команди. Оцінка потреб у навчанні та розвитку. Розробка заходів для покращення командної роботи.

*Рекомендовані джерела: основні — 3, 5, 6, 9; додаткові — 7, 8, 10, 16.*

##### ***Практичне заняття 6. Організація та проведення командних зустрічей (2 год.)***

Підготовка до зустрічі: планування та розподіл ролей. Ведення зустрічей: порядок денний та протоколювання. Використання інструментів для ефективної взаємодії. Оцінка результатів зустрічей та їх впливу на проєкт. Взаємодія з учасниками команди після зустрічі. Організація та проведення мозкового штурму. Використання методів для стимулювання креативності. Оцінка релевантності та інноваційності ідей.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 7, 8; додаткові — 1, 2, 4, 15, 16, 17.*

***Практичне заняття 7. Розробка комунікаційної стратегії проєкту (2 год.)***

Структура комунікаційної стратегії: інструменти та шаблони. Визначення цільової аудиторії та цілей комунікацій. Планування каналів та методів комунікації. Розробка ключових повідомлень для аудиторії. Інструменти просування проєкту. Впровадження інструментів комунікаційного менеджменту. Оцінка ефективності комунікацій. Взаємодія з медіа та іншими стейкхолдерами.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 3, 7; додаткові — 5, 7, 8, 9, 16, 17.*

**Змістовий модуль 4**  
**Сталий розвиток та інновації в медіапроєктах**

**Тема 4. Інноваційні підходи, фандрайзинг, масштабування та сталий розвиток у медіапроєктах**

***Лекція 6. Позитивний вплив та масштабування медіапроєктів (2 год.)***

Впровадження позитивного імпаكتу в проєкти. Вплив медіапроєктів на Цілі сталого розвитку. Інтеграція Цілей сталого розвитку у медіапроєкти. Приклади успішних проєктів з позитивним імпаكتом. Оцінка соціального впливу проєктів. Основи фандрайзингу: методи та інструменти. Стратегії залучення фінансових ресурсів. Аналіз потенційних джерел фінансування. Налагодження та управління партнерствами. Використання краудфандингу для медіапроєктів. Підготовка та подання грантових заявок. Приклади успішних фандрайзингових кампаній. Інноваційні підходи та технології в медіапроєктах. Ігрові технології в медіа та дизайн вражень. Прототипування та тестування медіапроєктів. Використання новітніх технологій у медіапроєктах. Інструменти для вимірювання впливу та результатів проєктів. Використання штучного інтелекту та аналітики даних. Вдосконалення проєктів на основі зворотного зв'язку.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 2, 3, 4, 6, 9; додаткові — 1, 3, 8, 9, 10.*

***Практичне заняття 8. Розробка проєкту з позитивним впливом (2 год.)***

Визначення соціальної проблеми для вирішення. Розробка рішення та його імплементація. Аналіз впливу проєкту на суспільство, економіку, екологію. Розробка заходів для підвищення соціального впливу. Оцінка результатів та впливу проєкту.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 2, 3, 4, 6, 9; додаткові — 1, 3, 8, 9, 10.*

***Практичне заняття 9. Створення фандрайзингової стратегії медіапроєкту (2 год.)***

Аналіз потенційних джерел фінансування. Розробка стратегії залучення коштів. Підготовка матеріалів для фандрайзингової кампанії. Взаємодія з

потенційними донорами та партнерами. Використання краудфандингових платформ. Оцінка ефективності фандрайзингової кампанії.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 2, 3, 4, 6, 9; додаткові — 1, 3, 8, 9, 10.*

***Практичне заняття 10. Вимірювання результатів та впливу медіапроєкту (2 год.)***

Створення прототипу медіапроєкту. Використання інструментів для прототипування. Проведення тестування прототипу з цільовою аудиторією. Збір зворотного зв'язку та аналіз результатів. Вдосконалення прототипу на основі зворотного зв'язку. Розробка метрик для оцінки впливу проєкту. Збір даних та аналіз результатів проєкту. Використання інструментів для вимірювання впливу. Оцінка досягнення Цілей сталого розвитку. Взаємодія з зацікавленими сторонами для отримання зворотного зв'язку. Підготовка звіту про результати та вплив проєкту

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 2, 3, 4, 6, 9; додаткові — 1, 3, 8, 9, 10.*

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

№	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	2	2	2	2	1	1	1	1
2.	Відвідування практичних занять	1	2	2	2	2	3	3	3	3
3.	Робота на практичному занятті	10	2	20	2	20	3	30	3	30
4.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
5.	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<b>Разом</b>			-	<b>59</b>	-	<b>59</b>	-	<b>69</b>	-	<b>69</b>
Максимальна кількість балів: <b>256</b>										
Розрахунок коефіцієнта: <b>256 / 60 = 4,27</b>										

### 6.2. Завдання для самостійної роботи

№ теми	Назва теми	К-ть годин	Бали
<b>Змістовий модуль 1</b>			
1	<b>Створення карти емпатії для цільової аудиторії</b> Виберіть вигаданий медіапроект (наприклад, новинний портал для молоді). Розділіть лист паперу на декілька частини: «Чує», «Каже», «Думає», «Робить», «Болі», «Потреби». На основі досліджень та обговорень, заповніть кожен сектор карти емпатії для цільової аудиторії.	5	5
1	<b>Створення Scrum-дошки для медіапроекту</b> Виберіть медіапроект (наприклад, відео блог про екологію). Розділіть дошку на три колонки: «To Do», «In Progress», «Done». Визначте завдання для першого спринту (наприклад, створення сценарію, зйомка, монтаж). Напишіть завдання на онлайн-стікерах та розмістіть їх у відповідних колонках. Організуйте Scrum-дошку для ефективної реалізації.	5	5
<b>Змістовий модуль 2</b>			
2	<b>Створення діаграми Ганта для медіапроекту</b> Виберіть медіапроект (наприклад, подкаст серії про інновації). Визначте основні етапи проекту (підготовка, запис, монтаж, публікація). Розробіть список завдань для кожного етапу. Використайте онлайн-інструмент (наприклад, Google Sheets або спеціальне програмне забезпечення) для створення діаграми Ганта. Визначте дедлайни для кожного завдання.	5	5

2	<b>Розробка бюджету медіапроєкту</b> Виберіть медіапроєкт (наприклад, серія статей у форматі журналістики рішень на тему міграції). Розробіть детальний бюджет проєкту, враховуючи різні категорії витрат (оплата праці, обладнання, маркетинг, інші витрати). Використайте таблиці для зручності розрахунків. Оцініть можливі фінансові ризики та розробіть план їх мінімізації.	5	5
<b>Змістовий модуль 3</b>			
3	<b>Проведення мозкового штурму для генерації ідей</b> Виберіть тему для медіапроєкту (наприклад, соціальна кампанія про здоровий спосіб життя). Проведіть мозковий штурм, використовуючи метод «Шість капелюхів мислення» Едварда де Боно та Метод трьох стільців Уолта Діснея. Записуйте всі ідеї на стікери та розміщуйте їх на онлайн-дошці. Відіберіть найкращі ідеї. Пріоритезуйте їх та оцініть реалістичність втілення.	5	5
3	<b>Створення комунікаційного плану для медіапроєкту</b> Виберіть медіапроєкт (наприклад, кампанія зі збору коштів для UNITED24). Визначте цільову аудиторію для комунікацій. Розробіть ключові повідомлення для різних каналів комунікації. Створіть календар комунікаційних заходів. Визначте методи оцінки ефективності комунікацій.	10	5
<b>Змістовий модуль 4</b>			
4	<b>Розробка концепції проєкту з позитивним імпаком</b> Виберіть соціальну проблему, яку ви хочете вирішити (наприклад, забруднення океанів). Розробіть концепцію медіапроєкту, який буде спрямований на вирішення цієї проблеми. Визначте цілі та очікувані результати проєкту. Розробіть план реалізації та комунікаційної стратегії. Визначте можливих партнерів та джерела фінансування. Зробіть презентацію пітчінгу цього проєкту.	5	5
4	<b>Прототипування інноваційного медіапроєкту</b> Виберіть інноваційну ідею для медіапроєкту (наприклад, новинна онлайн-гра про війну проти України). Створіть прототип вашого медіапроєкту, використовуючи доступні інструменти (наприклад, Figma для створення дизайну додатка). Проведіть тестування прототипу серед цільової аудиторії. Зберіть зворотний зв'язок та внесіть необхідні зміни. Оцініть ефективність прототипу та підготуйте звіт про результати.	10	5
		50	40

**Критерії оцінювання самостійних робіт:**

- Аналітичність: 1 бал
  - Висловлення власної думки: 1 бал
  - Творчий підхід до виконання: 1 бал
  - Відсутність плагіату при перевірці: 1 бал
  - Посилання на використані джерела: 1 бал
- Сума: 5 балів.

### **6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється у вигляді відповідей на відкриті питання. Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 25 балів.

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

Підсумковий контроль здійснюється у формі *екзамену* (максимум 40 балів).

Екзамен проводиться у формі представлення авторського медіапроєкту із супроводом у вигляді презентації. Максимальна кількість балів за екзамен — 40.

Авторський медіапроєкт має відповідати вимогам:

- Актуальність теми та мети, чітке формулювання
- Чітко визначений міжнародний компонент медіапроєкту
- Практичність і реалістичність плану реалізації, враховуючи цільову аудиторію, ринок та потенційні ризики
- Відповідність текстового або мультимедійного змісту, ступінь розкриття теми, доцільність використання формату
- Відповідність візуального оформлення, ступінь розкриття теми, доцільність використання формату
- Оригінальність та новизна медіапроєкту
- Чіткий та ефективний план просування проєкту із врахуванням сучасних тенденцій
- Журналістська фаховість контенту (грамотність тексту, відповідність жанру/формату, заголовкові комплекси, дописи в соцмережах, аудіовізуальна грамотність)
- Логічність і послідовність подання матеріалу
- Детальне розкриття проміжних результатів проєкту.

Структура представлення авторського медіапроєкту включає такі блоки:

1. Актуальність, мета та завдання медіапроєкту.
2. Цільова аудиторія проєкту у формі «карти емпатії» (інструмент дизайн-мислення).
3. Ключове повідомлення, що проєкт передає аудиторії.
4. Формат, платформа або канали для реалізації проєкту (телебачення, радіо, інтернет, соціальні мережі тощо).
5. Етапи роботи над проєктом.
6. Оцінка ризиків реалізації проєкту, вимірювання їх ймовірності та впливу, опис шляхів подолання.
7. Опис бізнес-моделі медіапроєкту та визначення ключових показників ефективності проєкту.
8. Представлення Customer Journey Map для медіапроєкту.
9. Комунікаційна стратегія проєкту та бренд-платформа.



10. Позитивний вплив проєкту в контексті досягнення Цілей сталого розвитку.
11. Бюджет та фандрайзингова стратегія медіапроєкту.
12. Результати проєкту, підсумки та перспективи масштабування.

### **Критерії оцінювання представлення медіапроєктів:**

- 40–38 балів — відмінний рівень знань (умінь): повна відповідність вимогам представлення медіапроєкту з можливими незначними недоліками, тема актуальна, міжнародний компонент інтегрований, план реалістичний, інноваційність проєкту висока, контент якісний, оформлення та просування продумані.
- 37–35 балів — достатньо високий рівень знань (умінь): проєкт здебільшого відповідає вимогам без суттєвих грубих помилок, є чітке обґрунтування теми, план реалізації практичний, але з незначними недоліками, контент та оформлення якісні.
- 34–30 балів — достатній рівень знань (умінь): проєкт відповідає основним вимогам, проте має незначну кількість помилок у плануванні або поданні, контент та зміст проєкту розкриті не повністю, є недоліки в оформленні.
- 29–25 балів — посередній рівень знань (умінь): проєкт має суттєві недоліки в плануванні, контент частково не відповідає вимогам, просування та візуальне оформлення слабкі, але базові знання присутні, достатні для подальшого навчання або професійної діяльності.
- 24–20 балів — мінімальний рівень знань (умінь): проєкт має значні недоліки, план реалізації нереалістичний, контент та формат не розкриває тему, процес реалізації та оформлення на невисокому рівні, проте деякі елементи відповідають вимогам на мінімально можливому допустимому рівні.
- 19–0 балів — незадовільний рівень знань (умінь): проєкт не відповідає вимогам, тема не розкрита, міжнародний компонент відсутній, оформлення та планування слабкі, з можливістю повторного перескладання.

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

1. Розкрийте основні поняття та принципи проєктного менеджменту, адаптовані для медіапроєктів.
2. Опишіть ключові навички, необхідні для успішного управління медіапроєктами.
3. Проаналізуйте переваги використання дизайн-мислення у створенні медіапроєктів.
4. Запропонуйте методи оцінки цільової аудиторії для медіапроєктів.
5. Доведіть важливість людиноцентричного підходу в медіапроєктах.
6. Опишіть етапи розробки медіапроєкту з використанням Agile методології.
7. Розкрийте процес створення гіпотез для медіапроєктів та їх перевірки.

8. Запропонуйте стратегії управління ризиками та кризами в медіапроектах.
9. Проаналізуйте роль Scrum-дошки в управлінні медіапроектами.
10. Опишіть методи фандрайзингу для медіапроектів та стратегії залучення фінансування.
11. Запропонуйте підходи до створення інноваційних та креативних ідей для медіапроектів.
12. Розкрийте етапи створення діаграми Ганта та її застосування в медіапроектах.
13. Доведіть необхідність стратегічних комунікацій для успіху медіапроекту.
14. Проаналізуйте вплив медіапроектів на досягнення Цілей сталого розвитку.
15. Запропонуйте підходи до інтеграції ігрових технологій у медіапроекти.
16. Опишіть процес створення прототипу медіапроекту та його тестування.
17. Розкрийте принципи побудови бюджету для медіапроекту та управління фінансами.
18. Проаналізуйте ефективність використання краудфандингу для медіапроектів.
19. Запропонуйте методи мотивації та підтримки команди в медіапроекті.
20. Доведіть важливість оцінки соціального впливу медіапроектів.
21. Опишіть інструменти для вимірювання результатів медіапроектів.
22. Розкрийте стратегії побудови партнерських відносин для успішної реалізації медіапроектів.
23. Запропонуйте методи взаємодії зі стейкхолдерами в медіапроектах.
24. Проаналізуйте вплив інноваційних технологій на реалізацію медіапроектів.
25. Опишіть процес проведення мозкового штурму для генерації ідей у медіапроектах.
26. Доведіть важливість використання стратегічних комунікаційних планів у медіапроектах.
27. Розкрийте роль та значення постійного навчання та розвитку команди медіапроекту.
28. Запропонуйте підходи до створення інтерактивних медіаплатформ.
29. Опишіть методи управління змінами в медіапроектах.
30. Проаналізуйте приклади успішних медіапроектів та виділіть ключові фактори їхнього успіху.

#### **6.6. Шкала відповідності оцінок**

<b>Оцінка</b>	<b>Кількість балів</b>
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 — 12 год., практичні заняття — 20 год., самостійна робота — 50 год., модульний контроль — 8 год., семестровий контроль — 30 год.

Тиждень	I	II	III	IV
Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1. <b>Основи проєктного менеджменту для медіапроєктів</b> (59 балів)	Змістовий модуль 2. <b>Планування та реалізація медіапроєктів</b> (59 бали)	Змістовий модуль 3. <b>Управління командою та комунікаціями в медіапроєктах</b> (69 бали)	Змістовий модуль 4. <b>Сталий розвиток та інновації в медіапроєктах</b> (69 бали)
Теми	1	2	3	4
Теми лекцій	Лекція 1. Вступ до проєктного менеджменту та сучасні методології управління проєктами (1 бал)  Лекція 2. Дизайн-мислення у проєктному менеджменті (1 бал)	Лекція 3. Типи та формати медіапроєктів (1 бал)  Лекція 4. Бюджетування, планування та реалізація проєкту (1 бал)	Лекція 5. Інструменти управління командою та стратегічними комунікаціями медіапроєкту (1 бал)	Лекція 6. Позитивний вплив та масштабування медіапроєктів (1 бал)
Теми практичних занять	Практичне заняття 1. Використання карти емпатії для аналізу цільової аудиторії та дизайн-мислення для створення ідеї проєкту (11 балів)  Практичне заняття 2. Створення концепції медіапроєкту, розробка Scrum-дошки для медіапроєкту (11 балів)	Практичне заняття 3. Розробка плану реалізації медіапроєкту в умовах невизначеності (11 балів)  Практичне заняття 4. Створення та управління бюджетом та планом реалізації медіапроєкту (11 балів)	Практичне заняття 5. Розробка профілю команди проєкту (11 балів)  Практичне заняття 6. Організація та проведення командних зустрічей (11 балів)  Практичне заняття 7. Розробка комунікаційної стратегії проєкту (11 балів)	Практичне заняття 8. Розробка проєкту з позитивним впливом (11 балів)  Практичне заняття 9. Створення фандрайзингової стратегії медіапроєкту (11 балів)  Практичне заняття 10. Вимірювання результатів та впливу

				медіапроєкту (11 балів)
Самостійна робота	5+5 балів	5+5 балів	5+5 балів	5+5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)
Підсумковий контроль	Екзамен			

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

### Основні:

1. Гондюл О. Д. Використання ігрових технологій в медіа для досягнення глобальних Цілей сталого розвитку (на прикладі авторської гри Unicorn Media Camp) // Інтегровані комунікації. 2023. № 15. Київ: Київський університет імені Грінченка. С. 44–51. DOI: 10.28925/2524-2644.2023.155
2. Гондюл О.Д. Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат «журналістики рішень» // Інтегровані комунікації. 2019 Випуск 2(8). С. 14–24. DOI: 10.28925/2524-2644.2019.2.2
3. Зернецька О. В. Медіа-форматування проблем сталого розвитку у глобальному інформаційно-комунікаційному просторі // Глобальна комунікація: монографія. Київ : Наукова думка, 2017. С. 322–339. URL: <https://elibrary.ivinas.gov.ua/4706/1/Mediaformatuvannia%20problem%20stalo%20rozvytku.pdf>
4. Терещук В. І. Політичні проблеми розвитку глобальної медійної системи в постбіполярний період : монографія. Київ : Таксон, 2019. 350 с.
5. Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. URL: <https://www.ideo.com/journal/change-by-design>
6. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Wiley. URL: <https://s3.tenent.co/share/Value-Proposition-Design-Book.pdf>
7. Project Management Institute. (2021). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition. Project Management Institute. URL: <https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards/foundational/pmbok>
8. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business. URL: <https://theleanstartup.com/>
9. Schwaber, K., & Sutherland, J. (2020). The Scrum Guide. Scrum Inc. URL: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-US.pdf>

### Додаткові:

1. Гондюл О. Використання ігрових технологій в медіаматеріалах про війну та кризи // Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни (до річниці героїчного спротиву російському вторгненню) [Електронне видання] : матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Київ, 27–28 лютого 2023). – Київ : Держ. торг.-екон.ун-т, 2023. С. 442-450.
2. Beck, K. (2004). Extreme Programming Explained: Embrace Change (2nd Edition). Addison-Wesley. URL:

- [https://books.google.de/books/about/Extreme\\_Programming\\_Explained.html?id=G8EL4H4vf7UC&redir\\_esc=y](https://books.google.de/books/about/Extreme_Programming_Explained.html?id=G8EL4H4vf7UC&redir_esc=y)
3. Christensen, C. M. (2016). *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*. HarperBusiness. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=51754>
  4. Cohn, M. (2005). *Agile Estimating and Planning*. Prentice Hall. URL: [https://www.academia.edu/41614300/Agile\\_Estimating\\_and\\_Planning\\_by\\_Mike\\_Cohn](https://www.academia.edu/41614300/Agile_Estimating_and_Planning_by_Mike_Cohn)
  5. Collins, J. (2001). *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't*. HarperBusiness. URL: [https://www.jimcollins.com/article\\_topics/articles/good-to-great.html](https://www.jimcollins.com/article_topics/articles/good-to-great.html)
  6. De Bono, E. (1992). *Six Thinking Hats*. Back Bay Books. URL: <http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/4746/1/Six%20thinking%20hats.pdf>
  7. Denning, S. (2018). *The Age of Agile: How Smart Companies Are Transforming the Way Work Gets Done*. AMACOM. URL: [https://books.google.de/books/about/The\\_Age\\_of\\_Agile.html?id=cG19tAEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.de/books/about/The_Age_of_Agile.html?id=cG19tAEACAAJ&redir_esc=y)
  8. Derks S., Rossbach A., Odobescu V., Pasotti J. *Solutions Journalism*. 2021. URL: <https://playbook.n-ost.org/research-team/solutions-based-journalism>
  9. Dyer J. *Is Solutions Journalism the Solution?* URL: <https://niemanreports.org/articles/is-solutions-journalism-the-solution/>
  10. Fitzpatrick, R. (2013). *The Mom Test: How to talk to customers & learn if your business is a good idea when everyone is lying to you*. URL: <https://www.momtestbook.com/>
  11. Gladwell, M. (2008). *Outliers: The Story of Success*. Little, Brown and Company. URL: <https://www.goodreads.com/book/show/3228917-outliers>
  12. Godin, S. (2008). *Tribes: We Need You to Lead Us*. Portfolio. URL: <https://www.goodreads.com/book/show/3828382-tribes>
  13. Goodwin, K. (2009). *Designing for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services*. Wiley. URL: [https://books.google.de/books/about/Designing\\_for\\_the\\_Digital\\_Age.html?id=yH6Aqr5zKJEC&redir\\_esc=y](https://books.google.de/books/about/Designing_for_the_Digital_Age.html?id=yH6Aqr5zKJEC&redir_esc=y)
  14. Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. O'Reilly Media. URL: [https://scrummaster.dk/lib/AgileLeanLibrary/People/AshMaurya/Running\\_Lean\\_Preview.pdf](https://scrummaster.dk/lib/AgileLeanLibrary/People/AshMaurya/Running_Lean_Preview.pdf)
  15. Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books. URL: <https://ia902800.us.archive.org/3/items/thedesignofeverydaythingsbydonnorman/The%20Design%20of%20Everyday%20Things%20by%20Don%20Norman.pdf>
  16. Sutherland, R. (2019). *Alchemy: The Surprising Power of Ideas That Don't Make Sense*, WH Allen, 384 p. URL: <https://www.goodreads.com/book/show/26210508-alchemy>

17. Tharp, T. (2006). *The Creative Habit: Learn It and Use It for Life*. Simon & Schuster. URL: <https://www.simonandschuster.com/books/The-Creative-Habit/Twyla-Tharp/9780743235273>
18. What is a Gantt Chart? URL: <https://www.gantt.com/>

## 9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

### Онлайн-курси

1. Coursera: Initiating and Planning Projects, University of California, Irvine. URL: <https://www.coursera.org/learn/project-planning>
2. Coursera: Agile Project Management, Google. URL: <https://www.coursera.org/learn/agile-project-management>
3. Coursera: Design Thinking for Innovation, University of Virginia. URL: <https://www.coursera.org/learn/uva-darden-design-thinking-innovation>
4. Coursera: Digital Product Management: Modern Fundamentals, University of Virginia. URL: <https://www.coursera.org/learn/uva-darden-digital-product-management>
5. Coursera: Fundamentals of Project Planning and Management, University of Virginia. URL: <https://www.coursera.org/learn/uva-darden-project-management>
6. edX: Project Management for Development. URL: <https://www.edx.org/learn/project-management/inter-american-development-bank-project-management-for-development>
7. edX: Product Design, Prototyping, and Testing. URL: <https://www.edx.org/learn/product-design/the-university-of-maryland-college-park-product-design-prototyping-and-testing>
8. edX: Business Model Innovation. URL: <https://www.edx.org/certificates/professional-certificate/delftx-business-model-innovation>
9. FutureLearn: Practical Project Management. URL: <https://www.futurelearn.com/microcredentials/practical-project-management>
10. FutureLearn: Implementing Your Business Ideas: From Risk Identification to SWOT Analysis. URL: <https://www.futurelearn.com/courses/implementing-your-business-opportunity-sc>