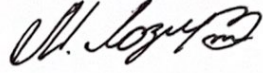


**Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики
Кафедра теорії і практики журналістики**

Затверджено

На засіданні кафедри теорії
та практики журналістики
факультету журналістики
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол №1 від 29 серпня 2023 року)

В. о. завідувача кафедри – 
доц. Мар'ян ЛОЗИНСЬКИЙ

Силабус з навчальної дисципліни

**«Менеджмент у ЗМІ»,
що викладається в межах
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«ЖУРНАЛІСТИКА»**

**Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
для здобувачів зі спеціальності 061 – журналістика**

Назва дисципліни	«Менеджмент у ЗМІ»
Адреса викладання дисципліни	Вул. Генерала Чупринки, 49, Львів
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет журналістики, кафедра теорії та практики журналістики
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань – 06 Журналістика, спеціальність – 061 Журналістика
Викладачі курсу	Васьківський Юрій Петрович, к. філол. наук, доцент, доцент кафедри теорії та практики журналістики
Контактна інформація викладачів	yurii.vaskivskyy@lnu.edu.ua https://journ.lnu.edu.ua/employee/vaskivskyy-yu-p Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, ауд. 202
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	В день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю зі студентами). Можливі й онлайн-консультації через Telegram, WhatsApp, Messenger, Zoom або подібні ресурси. Для погодження часу онлайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача, або телефонувати.
Сторінка курсу	https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/09/menegmentuzmi.pdf
Інформація про курс	Навчальний курс «Менеджмент у ЗМІ» є вибірковою дисципліною зі спеціальності 061 – журналістика для освітньо-професійної програми «Журналістика», яка викладається в 1 семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	Навчальна дисципліна «Менеджмент у ЗМІ» передбачає ознайомлення студентів із основними складниками комплексу менеджменту з урахуванням сучасного стану й тенденцій розвитку українського й міжнародного медіаринків, а також вивчення медіаринків як бази для розробки стратегічних і тактичних рішень, типології стратегій на медіаринках та їх зв'язків із бізнес-стратегіями компаній, особливостей брендингу у сфері мас-медіа з урахуванням специфіки брендів корпоративного рівня (медіахолдингів, телерадіокомпаній).
Мета та цілі курсу	Мета курсу «Менеджмент у ЗМІ» – сформувати у студентів системне та комплексне уявлення про базовий інструментарій та особливості управління сучасними медіапроектами. Цілі (завдання) курсу - ознайомити студентів-журналістів із категоріями «менеджмент у ЗМІ», «медіаменеджмент»; - структурувати накопичений в країні та за її межами досвід роботи у сфері менеджменту медіа; - висвітлити особливості реалізації концепцій та принципів менеджменту в медіа; - висвітлити завдання менеджменту у ЗМІ; - забезпечити осмислення студентами стилів керівництва, основних умінь і

	<p>професійних якостей керівника особистісно зумовлених правил менеджменту; - формувати уміння розробки комунікаційних кампаній із просування ЗМІ та їх продуктів на медіаринку.</p>
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p style="text-align: center;">Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Алан Б. Альбарран Менеджмент електронних ЗМІ. Київ : Наука, 2009. 2. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака та ін. ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с. 3. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 4. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с. 5. Штефан Р.-Моль. Журналістика : навч. посіб. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с. <p style="text-align: center;">Додаткова</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації. URL : http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020 7. Козлова В. Технологія EQ-boost. Як використовувати емоційний інтелект у бізнесі та житті. Львів : Вид. Старого Лева, 2018. 176 с. 8. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008.186 с. 9. Черемних І. В. Сугестивні технології рекламного впливу // Наукові записки Інституту журналістики : зб. наук. пр. Київ, 2013. Вип. 52. С. 122-127. 10. Форменко В. К. Журналістський менеджмент: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». Харків : 2007. 23 с. 11. Global Digital-2019: куди рухається цифровий світ і ми разом із ним / Надія Якімаха. 05.02.19. URL : https://telekritika.ua/uk/digital/global-digital-2019-kudakatitsya-cifrovoj-mir-i-myvmeste-s-nim/ <p style="text-align: center;">Інтернет-джерела</p> <ol style="list-style-type: none"> 12.Дизайн-мислення для інновацій https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DTI101+2017_T3/about 13. Основи проєктного менеджменту https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+BASICPM101+2022_T1/about; 14. Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка https://www.lnlibrary.lviv.ua/katalog/; 15. Бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка: http://www.journ.univ.kiev.ua/; 16. Наукова електронна бібліотека Національної бібліотеки ім. В. Вернадського: http://www.nbu.gov.ua/; 17. Львівська ННБУ ім. В. Стефаніка: http://aleph.lsl.lviv.ua:8991/F
<p>Обсяг курсу</p>	<p>Загальний обсяг 90 год. З них – 64 год. аудиторних занять (32 год. лекцій, 32 год. практичних занять, 26 год. – самостійна робота).</p>

<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Після завершення курсу студент буде знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зміст і характер діяльності редакційного апарату; - призначення і функції найважливіших ланок редакційного апарату <p>природу сучасного ЗМІ та його модель;</p> <ul style="list-style-type: none"> - закони функціонування та успішного розвитку ЗМІ; - принципи менеджменту у ЗМІ; - основи фінансової діяльності сучасних медіа, механізми використання людського капіталу редакцій для забезпечення їх бажаного сприйняття у суспільстві, цільових аудиторіях, досягненні конкурентних переваг. <p>уміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - організувати чітку ланку управління редакцією ЗМІ; - продумати виробничо-творчий характер журналістської праці; - визначати оптимальну структуру редакції; - володіти основними елементами менеджменту у ЗМІ та застосовувати його на практиці; - формувати політику розвитку управлінського персоналу у ЗМІ і удосконалювати методи її реалізації.
<p>Ключові слова</p>	<p>Менеджмент у ЗМІ, медіаменеджмент, управління, медіаринок, медіапланування, мерчандайзинг.</p>
<p>Формат курсу</p>	<p>Очний</p>
<p>Теми</p>	<p>Див. Схема курсу</p>
<p>Підсумковий контроль, форма</p>	<p>Залік у кінці семестру у формі презентації виконаного індивідуального або командного медіапроєкту на відповідну тематику.</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких навчальних дисциплін як «Організація роботи в медіа», «Теорія і практика реклами», «Соціальні комунікації та комунікаційні технології»</p>
<p>Навчальні методи та техніки під час викладання курсу</p>	<p>Презентація, лекції, консультування, дискусії, метод проєктів і їх презентацій, індивідуальні та групові проєкти,</p>
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>Комп'ютер, мультимедійний проєктор, доступ до мережі Інтернет.</p>
<p>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</p>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. З них: 15 балів – усні відповіді на практичних заняттях та участь у дискусіях; 35 балів – аналіз успішних сучасних медіапроєктів (4 приклади: аудіо, відео, текст, фото) у формі презентації на практичних заняттях, що свідчить про ефективність засвоєння теоретичного матеріалу і вміння використовувати його у практичній роботі.</p>

	<p>Форма поточної звітності – презентація та обговорення. Підготовка і презентація екзаменаційного індивідуального або командного медіапроєкту на конкретну тематику – 50 балів</p> <p>Підсумковий проєкт передбачає написання (розробку) та презентацію індивідуального або командного медіапроєкту, а також обговорення в групі.</p> <p>Форма підсумкової звітності – публічна презентація. Загалом упродовж семестру – 100 балів.</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що студентські роботи будуть самостійними, оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших авторів становлять приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі аудиторні заняття з курсу. Слухачі повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку вони зобов'язані дотримуватися усіх строків, що визначені для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. Література. Усю літературу, яку студенти не зможуть знайти самостійно, викладач надає виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються усі бали, набрані упродовж семестру (поточне опитування або контрольна, самостійна робота (доповідь або презентація) та бали за роботу на практичних і семінарських заняттях.</p> <p>При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття, якщо це не пов'язано з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>
<p>Питання до заліку</p>	<p>ІНДЗ - підготовка та публічна презентація індивідуального чи командного медіапроєкту. На основі моніторингу та аналізу успішних українських сучасних медіапроєктів. студенти повинні підготувати власний індивідуальний чи командний медіапроєкт на історичну, культурологічну, соціальну, розважальну тематики (на вибір).</p>
<p>Опитування</p>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу може бути надано по завершенню курсу.</p>

Схема курсу

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література. Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1-2 тижні	Тема 1. (4 год) Тенденції медіаринку в епоху цифрових технологій 1. Сучасні трансформації медіагалузі в період цифрових технологій. 2. Вплив світових тенденцій на розвиток українського медіаринку.	Лекція / Практичне заняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	Ознайомлення з теоретичними основами медіаринку в епоху цифрових технологій	2 тижні
3-4 тижні	Тема 2. (4 год) Сутність, специфіка, основні концепції розвитку, основні поняття медіаменеджменту. 1. Сутність, специфіка медіаменеджменту. 2. Основні поняття медіаринку. Мікро-, макросередовище.	Лекція / Практичне заняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	Дослідити особливості медіаменеджменту, медіаринку.	2 тижні
5-6 тижні	Тема 3. (4 год) Медіапідприємство. Основні етапи створення.	Лекція / Практичне заняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського.	Ознайомитись з категоріями «медіапідприємство», «підприємство»	2 тижні

	1. Сутність понять «медіапідприємство», «підприємство», «виробництво» 2. Суб'єкти медіаринку України. Медіахолдинги		Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	ство», «виробництво». Ознайомитись з суб'єктами медіаринку України, та медіахолдингами.	
7 тиждень	Тема 4. (2 год) Аналітика, види та інструменти медіадосліджень. 1. Медіаринок і маркетингова інформація. 2. План маркетингового дослідження.	Лекція / Практичне заняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	Дослідити медіаринок і ознайомитись з маркетинговою інформацією. Скласти план маркетингового дослідження.	Тиждень
8 тиждень	Тема 5. (2 год) Маркетингові дослідження в медіасередовищі 1. Особливості маркетингових досліджень у дигіталізованому медіасередовищі. 2. Ефективне управління запитами цільової аудиторії. Реінжиніринг, кастомізація медійної аудиторії.	Лекція / Практичне заняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	Підготувати презентацію з маркетингового дослідження в медіасередовищі.	Тиждень
9 тиждень	Тема 6. (2 год) Стратегічне планування на	Лекція / Практичне заняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського.	Скласти бізнес-план медіапідприємства.	Тиждень

	<p>медіапідприємстві. Бізнес-план як один із ефективних інструментів менеджменту. Бізнес-моделі монетизації контенту.</p> <p>1. Стратегічне планування. 2. Бізнес-моделі монетизації медіаконтенту.</p>		<p>Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с.</p> <p>2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с.</p> <p>3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.</p>		
10 тиждень	<p>Тема 7. (2 год)</p> <p>Управління інтегрованим і маркетинговими комунікаціями. УТП. Методики створення конкурентоспроможного промоційного продукту, копірайтинг.</p> <p>1. Основні види маркетингових комунікацій у ЗМІ. 2. Мова промоції й реклами. Копірайтинг.</p>	Лекція / Практичне заняття	<p>1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с.</p> <p>2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с.</p> <p>3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.</p>	<p>Ознайомитись з методиками створення конкурентоспроможного промоційного продукту, копірайтинг. Підготувати презентацію щодо реклами і промоції.</p>	3 Тижень
12-13 тижні	<p>Тема 8. (4 год)</p> <p>Інноваційні моделі управління поведінкою медіаспоживача. Сугестивні технології рекламного впливу. Нейроменеджмент.</p>	Лекція / Практичне заняття	<p>1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с.</p> <p>2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с.</p>	<p>Дослідити інноваційні моделі управління поведінкою медіаспоживача. Підготувати презентацію.</p>	2 тижні

	1. Маніпулятивні впливи на споживачів. Рекламні моделі впливи. 2. Нейроменеджмент. Емоційний інтелект.		3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.		
13-14 тижні	Тема 9. (4 год) Медіапланування і мерчандайзинг. 1. Медіапланування на медіапідприємстві. 2. Тенденції мерчандайзингу в ЗМІ.	Лекція / Практичне зазняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	Виявити фактори впливу на тенденції змін мерчандайзингу в ЗМІ. Підготувати презентацію.	2 тижні
15-16 тижні	Тема 10. (4 год) Діджиталізація в медіапросторі. 1. Діджиталізація в медіапросторі: суть, роль, значення. 2. Електронне врядування та медіапослуги. 3. Журналістика в умовах діджиталізації.	Лекція / Практичне зазняття	1. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. За ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017.296 с. 2. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене. За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. 3. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.	Презентація індивідуального або командного медіапроєкту (тема на вибір студента)	2 тижні

Розробив Васківський