

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені  
академіка Степана Дем'янчука»  
Факультет журналістики  
Кафедра соціальних комунікацій

## **РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **ВК.5 ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**Освітньої програми:**

**Рівня вищої освіти:**

**за спеціальністю:**

**галузі знань:**

Журналістика

першого (бакалаврського)

061 Журналістика

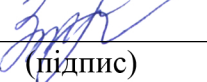
06 Журналістика

Робоча програма **Газетно-журнальний менеджмент** для студентів першого (бакалаврського) рівня освіти  
галузі знань 06 Журналістика,  
спеціальності: 061 Журналістика

Розробник: старший викладач кафедри теорії і методики журналістської творчості  
Горчикова А.О.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій

Протокол № 1 від 27 серпня 2021 року

Завідувач кафедри  доц. Золяк В. В.  
(підпис)

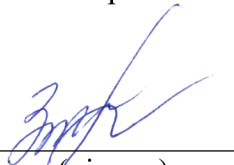
Схвалено навчально-методичною комісією факультету журналістики

Протокол № 1 від 30 серпня 2021 року

Голова  доц. Миронюк В. М.  
(підпис)

Гарант освітньої програми «Журналістика» зі спеціальності 061 «Журналістика» у галузі знань 06 «Журналістика» рівня вищої освіти першого (бакалаврського)

доц. Золяк В. В.

  
(підпис)

© Горчикова А.О. 2021

© ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені акад. С. Дем'янчука» 2021

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – <b>6/6</b>	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)  Галузі знань: 06 Журналістика Спеціальність: 061 Журналістика  ОП Журналістика	Вибірковий освітній компонент	
Змістових модулів – <b>2</b>		<b>Рік підготовки:</b>	
		4-й	4-й
Загальна кількість годин <b>180</b>		<b>Семестр</b>	
		7-й	7-й
		<b>Лекції</b>	
		20 год.	12 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		40 год.	12 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		–	–
		<b>Самостійна робота</b>	
	120 год.	156 год.	
Вид контролю: <b>екзамен</b>			

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Газетно-журнальний менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 «Журналістика».

Головною метою викладання курсу «Газетно-журнальний менеджмент» є формування у студентів-журналістів теоретичних знань щодо особливостей управлінської діяльності в засобах масової інформації, розуміння медіа підприємства як соціальної системи.

**Завдання курсу:** вивчити основні аспекти теорії і практики організації роботи редакційних колективів різних типів; сформулювати у здобувачів сучасне системне мислення і комплекс спеціальних знань у галузі управління підсистемами й елементами внутрішнього середовища медіапідприємства на усіх стадіях його життєвого циклу; поєднати оволодіння теорією з виробленням навичок практичного застосування прийомів і засобів менеджменту в засобах масової інформації.

Під час лекційних та практичних занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Газетно-журнальний менеджмент» студенти набувають таких програмних компетентностей: **ЗК** (загальні компетентності), **СК** (спеціальні фахові компетентності).

**ЗК08.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

**СК05.** Здатність організовувати і контролювати командну професійну діяльність.

**СК07.** Здатність проводити дослідження з метою ефективного просування медійного продукту.

Опанування дисципліною «Газетно-журнальний менеджмент» забезпечить наступні результати:

**ПР06.** Складати новий план дій, враховуючи зміну ситуації.

**ПР09.** Генерувати контент та пропонувати створений медійний продукт.

**ПР11.** Планувати дослідження з метою ефективного просування медійного продукту.

## 3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Базові норми управління редакцією

**Тема 1. Популяризація періодичної преси: шляхи та прийоми.** Тематика як елемент підвищення продажів. Подача матеріалів: стиль, жанр, форма. Цінова політика. Історичні прорахунки у проведенні кампаній по популяризації.

*Література: основна (2,5,17,28), додаткова (37,44)*

**Тема 2. Моніторинг та аналіз аудиторного поділу.** Результативність досліджень. Якісні дослідження. Кількісні дослідження. Планування досліджень. Створення анкети: види та способи збору інформації. Опрацювання результатів анкетування та їх презентація.

*Література: основна (7,12,16,22), додаткова (35,39,44)*

**Тема 3. Фінансовий менеджмент.** Бізнес-планування: основа та структурні елементи. Структура видання: фінансовий аспект.

*Література: основна (22,24,26) додаткова (50)*

**Тема 4. Редакційний менеджмент.** Аналіз змін у популярності газет. Основні завдання газетного управління. Видавництво і редакція: моменти напруги та непорозуміння. Організаційні дилеми редакційного колективу.

*Література: основна (12,13,15,18), додаткова (36,41,47)*

**Тема 5. Управління редакційним персоналом.** Відбір кандидатів та робота з вже сформованим колективом. Випробувальний термін. Системи ротатії та атестації співробітників. Планування людських ресурсів. Індивідуальна та колективна робота у редакції.

*Література: основна (8,10,19,25), додаткова (33,34,38,46,49)*

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Підвищення ефективності роботи: техніки та методики

**Тема 6. Ефективність редакційного бізнесу. Підходи до налагодження ефективного інформаційного обміну.** Робочі наради як елемент управління. Специфіка підходу до продукування новин у різних редакціях. Інформаційний обмін в колективі.

*Література: основна (12,14,16), додаткова (37)*

**Тема 7. Маркетинг аудиторії читачів. Розповсюдження: менеджмент.** Відділи розповсюдження та їх основні завдання. Категорії накладів. Реальність підвищення тиражів: завдання та проблеми.

*Література: основна (3,4,7,21), додаткова (31,36,38)*

**Тема 8. Онлайн газети. Канали продажу в мережі.** Онлайн версії видань: вітчизняний та закордонний досвід. Рекламні можливості. Навички персоналу для переходу та підтримання нового формату.

*Література: основна (10,18,23,27), додаткова (47,48)*

**Тема 9. Місцевий газетний ринок та його можливості у питанні збуту.** Організація редакційного колективу для колективної роботи на збут. Функції відділів маркетингу у регіональних виданнях. Медіапланування як варіант просування.

*Література: основна (24,25,29), додаткова (44,49)*

**Тема 10. Реклама газет та реклама в газетах.** Позичування через рекламні канали. Конкуренти та їх аналіз. Цілі рекламування та можливості їх досягнення.

*Література: основна (4,6,13,19), додаткова (43,46,48)*

### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	ла б	інд	с.р.		л	п	ла а б	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль I. Базові норми управління редакцією</b>												
<b>Тема 1.</b> Популяризація періодичної преси: шляхи та прийоми.	18	2	4			12	20	2	2			16
<b>Тема 2.</b> Моніторинг та аналіз аудиторного поділу.	18	2	4			12	20	2	2			16
<b>Тема 3.</b> Фінансовий менеджмент.	18	2	4			12	20	2	2			16
<b>Тема 4.</b> Редакційний менеджмент.	18	2	4			12	16					16
<b>Тема 5.</b> Управління редакційним персоналом.	18	2	4			12	16					16
Разом за змістовим модулем I	90	10	20			60	92	6	6			80
<b>Змістовий модуль II. Підвищення ефективності роботи: техніки та методики</b>												

<b>Тема 6.</b> Ефективність редакційного бізнесу. Підходи до налагодження ефективного інформаційного обміну.	18	2	4			12	14	2	2			12
<b>Тема 7.</b> Маркетинг аудиторії читачів. Розповсюдження: менеджмент.	18	2	4			12	16					16
<b>Тема 8.</b> Онлайн газети. Канали продажу в мережі.	18	2	4			12	20	2	2			16
<b>Тема 9.</b> Місцевий газетний ринок та його можливості у питанні збуту.	18	2	4			12	16					16
<b>Тема 10.</b> Реклама газет та реклама в газетах.	18	2	4			12	20	2	2			16
Разом за змістовим модулем 2	90	10	20			60	88	6	6			76
<i>Усього годин</i>	180	20	40			120	180	12	12			156

### 5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль I. Базові норми управління редакцією</b>		
1	Популяризація періодичної преси: шляхи та прийоми.	4/2
2	Моніторинг та аналіз аудиторного поділу.	4/2
3	Фінансовий менеджмент.	4/2
4	Редакційний менеджмент.	4/
5	Управління редакційним персоналом.	4/
<b>Змістовий модуль II. Підвищення ефективності роботи: техніки та методики</b>		
6	Ефективність редакційного бізнесу. Підходи до налагодження ефективного інформаційного обміну.	4/2
7	Маркетинг аудиторії читачів. Розповсюдження: менеджмент.	4/
8	Онлайн газети. Канали продажу в мережі.	4/2
9	Місцевий газетний ринок та його можливості у питанні збуту.	4/
10	Реклама газет та реклама в газетах.	4/2
<b>Разом</b>		40/12 год

### 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль I. Базові норми управління редакцією</b>		
1	Популяризація періодичної преси: шляхи та прийоми.	12/16
2	Моніторинг та аналіз аудиторного поділу.	12/16
3	Фінансовий менеджмент.	12/16

4	Редакційний менеджмент.	12/16
5	Управління редакційним персоналом.	12/16
<b>Змістовий модуль II. Підвищення ефективності роботи: техніки та методики</b>		
6	Ефективність редакційного бізнесу. Підходи до налагодження ефективного інформаційного обміну.	12/12
7	Маркетинг аудиторії читачів. Розповсюдження: менеджмент.	12/16
8	Онлайн газети. Канали продажу в мережі.	12/16
9	Місцевий газетний ринок та його можливості у питанні збуту.	12/16
10	Реклама газет та реклама в газетах.	12/16
<b>Разом</b>		120/156 год.

### 7. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми	Зміст завдання для відпрацювання пропущених занять і невиконаних завдань	Форми контролю	Література	Кількість балів
<b>Змістовий модуль I. Базові норми управління редакцією</b>				
<b>Тема 1. Популяризація періодичної преси: шляхи та прийоми.</b> Тематика як елемент підвищення продажів. Подача матеріалів: стиль, жанр, форма. Цінова політика. Історичні прорахунки у проведенні кампаній по популяризації.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Контент-аналіз	Опитування, аналіз творчого завдання.	<i>Література:</i> <i>основна (2,5,17,28), додаткова (37,44)</i>	6
<b>Тема 2. Моніторинг та аналіз аудиторного поділу.</b> Результативність досліджень. Якісні дослідження. Кількісні дослідження. Планування досліджень. Створення анкети: види та способи збору інформації. Опрацювання результатів анкетування та їх презентація.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Моніторинг газетно-журнального продукту.	Опитування. Аналіз доповіді	<i>Література:</i> <i>основна (7,12,16,22), додаткова (35,39,44)</i>	6
<b>Тема 3. Фінансовий менеджмент.</b> Бізнес-планування: основа та структурні елементи. Структура видання: фінансовий аспект.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Створення творчого доробку.	Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського проекту)	<i>Література:</i> <i>основна (22,24,26) додаткова (50)</i>	6

<p><b>Тема 4. Редакційний менеджмент.</b> Аналіз змін у популярності газет. Основні завдання газетного управління. Видавництво і редакція: моменти напруги та непорозуміння. Організаційні дилеми редакційного колективу.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Контент-аналіз</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна</i> <i>(12,13,15,18),</i> <i>додаткова</i> <i>(36,41,47)</i></p>	6
<p><b>Тема 5. Управління редакційним персоналом.</b> Відбір кандидатів та робота з вже сформованим колективом. Випробувальний термін. Системи ротації та атестації співробітників. Планування людських ресурсів. Індивідуальна та колективна робота у редакції.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Есе</p>	<p>Опитування. Аналіз доповіді</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна</i> <i>(8,10,19,25),</i> <i>додаткова</i> <i>(33,34,38,46,49)</i></p>	6
<b>Змістовий модуль II. Підвищення ефективності роботи: техніки та методики</b>				
<p><b>Тема 6. Ефективність редакційного бізнесу. Підходи до налагодження ефективного інформаційного обміну.</b> Робочі наради як елемент управління. Специфіка підходу до продукування новин у різних редакціях. Інформаційний обмін в колективі.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Робота в групах</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського проекту)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна</i> <i>(12,14,16),</i> <i>додаткова</i> <i>(37)</i></p>	6
<p><b>Тема 7. Маркетинг аудиторії читачів. Розповсюдження менеджмент.</b> Відділи розповсюдження та їх основні завдання. Категорії накладів. Реальність підвищення тиражів: завдання та проблеми.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання доповіді.</p>	<p>Опитування. Аналіз доповіді</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна</i> <i>(3,4,7,21),</i> <i>додаткова</i> <i>(31,36,38)</i></p>	10
<p><b>Тема 8. Онлайн газети. Канали продажу в мережі.</b> Онлайн версії видань: вітчизняний та закордонний досвід. Рекламні можливості. Навички персоналу для переходу та підтримання нового формату.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання реферату.</p>	<p>Опитування. Аналіз доповіді</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна</i> <i>(10,18,23,27),</i> <i>додаткова</i> <i>(47,48)</i></p>	6



<b>Тема 9. Місцевий газетний ринок та його можливості у питанні збуту.</b> Організація редакційного колективу для колективної роботи на збут. Функції відділів маркетингу у регіональних виданнях. Медіапланування як варіант просування.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Створення плану збуту.	Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського проекту)	<i>Література:</i> <i>основна (24,25,29), додаткова (44,49)</i>	6
<b>Тема 10. Реклама газет та реклама в газетах.</b> Позиціонування через рекламні канали. Конкуренти та їх аналіз. Цілі рекламування та можливості їх досягнення.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Розробка рекламної стратегії.	Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського проекту)	<i>Література:</i> <i>основна (4,6,13,19), додаткова (43,46,48)</i>	6

## 8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Перелік завдань для опрацювання:

1. Продумати десять тем для власного журналістського матеріалу від лица редактора.
2. Визначити стратегію та тактику розвитку редакцію обраного ЗМІ (медіа на вибір студента).
3. Проаналізувати обставини, які спонукали появу журналістського розслідування як жанр.
4. Розглянути місце журналістських розслідувань в системі публіцистичних жанрів.
5. Описати етапи роботи журналіста з розслідування обраної проблеми.
6. Визначити вимоги до інтерв'ю як до важливої складової в журналістському пошуку.
7. Розробити власну форму фінансової звітності щодо реалізації видатків (фактичних витрат) на проведене розслідування.

## 9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Лекції із застосуванням аудіо-візуальних засобів, самостійна робота з періодикою, онлайн платформами, перегляд телебачення, прослуховування радіо, ділові ігри, навчальні диспути та дискусії, моделювання життєвих ситуацій, аналіз тематики сучасних ЗМІ, інтерв'ю, самооцінка.

## 10. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Індивідуальне опитування, фронтальне опитування, перевірка творчих завдань, рефератів, доповідей, тестова перевірка знань, модульний контроль.

## 11. ПИТАННЯ ДО ГАРАНТОВАНОГО РІВНЯ ЗНАНЬ

1. Редакція ЗМІ як підприємство. Види підприємств, їх реєстрація та ліквідація, форми власності.
2. Форми об'єднань на ринку мас-медіа. Концентрація, монополізація і диверсифікація в ЗМІ.
3. Поняття "економіка" і "менеджмент" стосовно ЗМІ. Специфічний товар ЗМІ.
4. Основні і оборотні фонди підприємства --редакції ЗМІ.

5. Внутрішні та зовнішні джерела фінансування редакцій.
6. Бізнес-план редакції, його властивості та типологія.
7. Організаційна структура редакції і штатний розпис.
8. Центри фінансової відповідальності та джерела доходів редакції.
9. Бізнес-план редакції, його структура.
10. Поняття маркетингу та його специфіка в ЗМІ. Принципи маркетингу.
11. Цільовий ринок, його пошук, дослідження та аналіз.
12. Конкуренція і її види. Порівняльна оцінка конкурентів.
13. Сегментування. Розділ ринку на частки між конкурентами.
14. Стратегія маркетингу і позиціонування в сегменті ринку.
15. Інновації, їх види і роль у розвитку редакції.
16. Торгова марка, товарний знак, "бренд" і їх просування. Специфіка в ЗМІ.
17. Методи стимулювання продажів.
18. Поняття ціни. Формування цін і цілі ценооборозованія. Еластичність і нееластичність попиту.
19. Витратний і інші методи ціноутворення.
20. Психологія сприйняття ціни. Распродажі, знижки, пільги, підписка.
21. Маркетинговий і рекламний бюджет. Методи поширення і канали розподілу продукції ЗМІ.
22. План виробництва і реалізації. Графік виробництва, обсяг товарної продукції, реалізація, виробничі потужності.
23. Поняття витрат і собівартості продукції. структура витрат (основні статті витрат редакції).
24. Операційна політика підприємства (товарний і фінансовий контроль, закупівлі, поширення, безпека та охорона).
25. Поняття менеджменту. Менеджмент в ЗМІ і його функції.
26. Самомаркетинг журналіста. Престиж професії і професійне середовище. Життєві цикли знаменитостей.
27. Форми найму співробітників. Оплата праці в редакції.
28. Принципи складання програми дій. Стратегічне планування, його етапи та принципи.
29. Роль менеджера, завдання та рівні управління. Обов'язки та якості керівника.
30. Менеджмент через людські відносини в групі і система співпраці.
31. Управління через культуру, ієрархію, ринок. Стили управління.
32. Оцінка ризиків і перешкод на вході в цільовий ринок, Антикризове управління в редакції. Бюджетне управління.
33. Поняття логістики і її застосування в ЗМІ.
34. Інструментарій логістики в редакції (таблиця обов'язків, планування робочого дня, графік випуску, мережевий графік, поняття "deadline").
35. Фінансовий капітал підприємства (структура, джерела формування). Управління фінансами.
36. Прибуток як показник ефективності. Виручка, балансовий і чистий прибуток. Розподіл чистого прибутку.
37. Податкові аспекти роботи редакції. Податкова система в Білорусі, види податків і позабюджетні фонди.
38. Фінансовий план і прогноз. Бюджет підприємства.
39. Фінансова модель (план, база) редакції. Зведений кошторис і калькуляція.
40. Поняття одиниці продукції (номер видання, випуск передачі) і її стандартів. Стратегічна одиниця продукції ЗМІ (робочий день редакції).
41. Монополії у виробництві та розповсюдженні ЗМІ, їх вплив на економіку редакцій.
42. Роль головного редактора, його управлінські обов'язки.
43. Комерційний (фінансовий) директор і його функції в редакції.
44. Роль бухгалтерії в забезпеченні економічної стабільності редакції.

45. Специфіка маркетингу електронних ЗМІ (друкованих ЗМІ).
46. Паблік релейшенз редакції і внутріфірмова реклама.
47. Методи стимулювання збуту в ЗМІ (конкурси, фестивалі, інформаційне спонсорство, пільги та ін.)
48. Дотації та гранти як фінансові чинники виживання редакцій в Білорусі.
49. Фінансова стійкість як реальна основа свободи друку.
50. Ринок паперу і друкарських послуг в Білорусі. (Для РТ - Умови мовлення, оренда частот і передавачів в Білорусі).
51. Фактори споживчого переваги і рівні сприйняття товару.
52. Комерційний розрахунок і ефективність підприємства.
53. Графік досягнення беззбитковості. Виручка, витрати, обсяг виробництва. Точка беззбитковості та критичний обсяг виробництва.
54. Складові комплексу маркетингу.
55. Характеристика ринкової економічної системи, її відмінності від командно-адміністративної економіки.
56. Рекламно-комерційні та творчі підрозділи, їх роль в успіху видань і програм.

## 12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест (екзамен)	Сума
<b>T1</b>	<b>T2</b>	<b>T3</b>	<b>T4</b>	<b>T5</b>	<b>T6</b>	<b>T7</b>	<b>T8</b>	<b>T9</b>	<b>T10</b>	40	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		

## ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Критерії оцінювання	Оцінка за національною шкалою
90-100	<b>A</b>	Студент виявляє особливі творчі здібності, глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; вміє аналізувати явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку; застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач; володіє вмінням надавати чітку аргументовану відповідь на поставленні питання	відмінно
82-89	<b>B</b>	Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи, надає лаконічну відповідь майже на всі поставленні питання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	добре
74-81	<b>C</b>	Студент вміє оперувати необхідним колом понять та категорій; узагальнювати та систематизувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві	

64-73	<b>D</b>	Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, слабе їх застосування при розв'язанні практичних завдань; аналізує навчальний матеріал за допомогою викладача, надає мало аргументовані відповіді, виправляє не всі помилки, значна кількість яких є суттєвими	задовільно
60-63	<b>E</b>	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні вищому за початковий, проте має фрагментарне уявлення про деякі поняття та категорії курсу; надає неповне висвітлення змісту питань; має недостатнє вміння зробити аргументовані висновки; відповіді містять значну кількість недоліків і помилок	
35-59	<b>FX</b>	Студент не опанував значну частину матеріалу курсу; не володіє понятійним апаратом; не опрацював базову та допоміжну літературу. Мова не виразна, обмежена, бідна, словниковий запас не дає змогу оформити ідею. Практичні навички на рівні розпізнавання	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працював в аудиторії з викладачем або самостійно; допускає суттєві помилки у відповідях на питання, не вміє застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних завдань	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Опорні конспекти лекцій.
2. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення.
3. ТЗН.
4. Навчальні демонстрації.
5. Комп'ютерне забезпечення.

### 14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

#### БАЗОВА

1. Алан Б. Альбарран Менеджмент електронних ЗМІ. - К.: Наука, 2019.
2. Басовский Л. Е. Менеджмент: учеб. пособ. / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 216 с.
3. Беседін М.О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): підручник / М.О. Беседін, В.М. Нагаєв. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 496 с.
4. Борисевич Є.Г., Жуковська Л.Е., Горелкіна С.Б. Менеджмент в телекомунікаціях: навчальний посібник. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова
5. Вартанова Е. Л. Чем управляют менеджеры СМИ // Экономика и менеджмент СМИ. – М., 2016. – С. 24–30.
6. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>
7. Виханский О.С. Менеджмент. Учебник. – 3-е изд. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2010. – 528 с.

8. Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. — 358 с.
9. Гірняк О. М. Менеджмент. Теоретичні основи і практикум: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. — К. : Магнолія плюс, Львів : Новий світ – 2000, 2003. — 336 с.
10. Д'Інка В. Менеджмент ЗМК. — К: КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. — 60 с.
11. Дикань Н. В. Менеджмент / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. — К.: Знання, 2008.
12. Друкер П. Менеджмент: задачі, обов'язності, практика. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2008.
13. Журналістика та медіа: довідник // За ред. Вайшенберга З., Кляйнштойберга Г. та ін. — К., 2011. — 529 с.
14. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. — 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. — К.: Видавничополіграфічний центр "Київський університет", 2012. — 352 с.
15. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями. — К.: КУЛ; КноРус, 2003. — 381 с.
16. Корпоративні медіа як новітній різновид ЗМІ // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія Журналістика. — К., 2014.
17. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. Підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — К.: Академ-видав. 2003. — 416 с.
18. Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / ред. Р. Блюм. - К.: Центр вільної преси, Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2001. - 287 с.
19. Мельниченко А.А. Теоретичні засади сучасної філософії управління / А.А. Мельниченко // ВІСНИК НТУУ "КПІ". Філософія. Психологія. Педагогіка. — № 1. — 2015. — С. 57.
20. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. — М.: Дело, 2003. — 702 с.
21. Основні принципи формування стратегії розвитку новинного порталу в мережі Інтернет / О. Ситник // Вісник Книжкової палати. - 2014. - № 10. - С. 23-26.
22. Осовська Г. В. Менеджмент організацій / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К.: Кондор, 2005.
23. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Підручник. Видання 3-є, перероблене і доповнене / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. — К.: «Кондор», 2006. — 664 с.
24. Пилипенко С.М. Менеджмент: навчальний посібник / Пилипенко С.М., Пилипенко А.А., Оленко В.І. — Харків: Вид. ХДЕУ. 2002. — 208 с.
25. 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
26. Сучасний медіа-менеджмент. Шлях роздержавлення української преси / ред.: В. Іванов, Н. Ланге. — К.: фонд Конрада Аденауера, 2007. - 122 с.
27. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. — 180 с.
28. Хіт Р. Кризовий менеджмент для керівників. — К.: Наукова думка, 2002. — 566 с.
29. Штефан Р.-Моль. Журналістика: Посібник / Пер. з нім. В.Климченко; наук. ред. В.Іванов. — К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. — 343 с.

#### ДОДАТКОВА

30. Баєва О.В. Основи менеджменту: практикум: Навч. Посібник / Баєва О.В.,

- Ковальська Н.І., Згалат-Лозинська Л.О. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 524 с.
31. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент / В.О. Василенко, В.Г. Шматько. – К.: Центр навчальної літератури, 2005.
  32. Василенко В.А. Менеджмент устійчивого розвитку підприємств: Монографія / В.А. Василенко. – Київ: Центр учебной літератури, 2005 – 648 с.
  33. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації / Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. – К.: Кондор, 2004.
  34. Воронкова В. Г. Муніципальний менеджмент / В.Г. Воронкова. – К.: Професіонал, 2004.
  35. Воронкова В. Г. Регіонально-адміністративний менеджмент / Воронкова В. Г., Катаєв С.Л., Кіндратець О. М., Зуєва, В.О., Беліченко А. Г. – К.: ЦУЛ; Професіонал, 2010.
  36. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление: Учебник / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Омега – Л., 2004. – 472 с.
  37. Дафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Дафт. – СПб: Питер, 2001. – 832 с.
  38. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: Регламентация и управление: Ученик / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М.:ИНФРА – М., 2004. – 319 с.
  39. Завадський, Й. С. Менеджмент: підручник для студентів економ. спец. вищих закладів : у 2 т. / Й. С. Завадський. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – Т. 2. – 640 с.
  40. Задихайло Д. В. Корпоративне управління: навчальний посібник / Д. В. Задихайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назаров. – Харків: Еспада, 2003. – 688 с.
  41. Иванова Т.Ю. Теория организации / Т.Ю. Иванова, В.И. Приходько. – СПб.: Питер, 2004. – 269 с.
  42. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент / Г.І.Кіндрацька. – К.: Знання, 2010.
  43. Лэйхифф, Дж. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки / Дж. Лэйхифф. – Питер, 2001. – 688 с.
  44. Мартыненко Н.М. Основы менеджмента: Ученик / Н.М. Мартыненко – К.: Каравелла, 2003. – 496 с.
  45. Менеджмент организаций: учебное пособие / Л.А. Киржнер, Л.П. Киенко, Т.И. Лепейко, А.М. Тимонин. – К. : КНТ, 2006. – 688 с.
  46. Менеджмент: практические ситуации, деловые игры, упражнения / под общей редакцией О.А. Страховой. – СПб. : Питер, 2000. – 144 с.
  47. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент / П.П. Микитюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2007
  48. Райченко А.В. Общий менеджмент: Ученик / А.В. Радченко. – М.: ИНФРА – М. 2005. – 384 с.
  49. Рудінська, О. В. Менеджмент: навч. посіб. / О.В. Рудінська, С.Л. Яроміч, І.О. Молоткова. – Ніка-Центр, 2002. – 320 с.
  50. Сахно Е.Ю. Менеджмент сервісу. Теорія та практика / Е.Ю. Сахно. – К.: ЦУЛ, 2010.
  51. Смирнов Э.А. Управленческие решения / Э.А. Смирнов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 264 с.
  52. Спивак В. А. Современные бизнес-коммуникации / В.А. Спивак. – Питер, 2001. – 448 с.
  53. Сухарський В.С. Менеджмент (загальний з основами спеціального) / В.С. Сухарський. – Тернопіль : Астон, 2004. – 528 с.
  54. Туленков М.В. Сучасні теорії менеджменту : навч. посіб. / М.В. Туленков. – К.: Каравела, 2007. – 304 с.
  55. Хміль Ф.І. Основи менеджменту : підручник / Ф.І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.
  56. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства / В.І. Хомяков. – К.: Кондор, 2005.
  57. Шегда А. В. Менеджмент: навч. посіб. / А.В. Шегда. – К.: Знання, КОО, 2002. – 583 с.
  58. Юргутіс І.А. Основи менеджменту. – К.: Освіта, 1998.

59. Яхно Т.П. Міжнародний менеджмент / Т.П. Яхно, І.А. Лапшина. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005.

#### **ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ**

Сервер Верховної Ради України: <http://www.rada.gov.ua/>

Міністерство фінансів України <http://www.minfin.gov.ua/>

Державна фіскальна служба України <http://www.sta.gov.ua/>

Державна митна служба України <http://www.customs.gov.ua/>

Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку <http://www.ssmsc.gov.ua/>

Рахункова палата України <http://www.ac-rada.gov.ua/>