



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БК 5

«Газетно-журнальний менеджмент»

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	«Журналістика»
Факультет	Журналістики
Кафедра	Соціальних комунікацій
Семестр	VII
Кількість кредитів	6
Мова викладання	українська
Викладач	Горчикова А.О., старший викладач кафедри теорії і методики журналістської творчості
Контактна інформація	gorchykova.anastasia@gmail.com

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	Навчальна дисципліна «Газетно-журнальний менеджмент» стане в нагоді майбутнім журналістам, фахівцям у сфері соціальних комунікацій. Дисципліна дає здобувачам сучасні теоретичні підходи до розуміння і організації управлінських процесів в сфері медіа, існуючі основні методики в сфері управління ЗМІ; уявлення про роль громадської думки в сучасному менеджменті, ролі медіа як інструменту гармонізації зв'язків між організацією і суспільством; соціо-психологічні аспекти управління підприємством. <i>Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту опанувати широкий спектр практичних рішень та методик управління соціотехнічними системами в сфері медіа; оволодіти сучасним теоретичним і прикладним інструментарієм аналізу та осмислення управлінських процесів в сфері медіа.</i>
Мета та цілі	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; сформувані 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.
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні знати предмет, завдання і зміст дисципліни; теоретико-методологічні основи менеджменту організацій; економічну сутність, роль в

	економіці, характеристики і типи медіа організацій; напрями підвищення конкурентоспроможності медіа підприємств та особистої ефективності менеджерів; вміти: аналізувати чинники динамічного бізнес-середовища організації; приймати фахові рішення у процесі проектування і удосконалення організаційної та виробничої структури медіапідприємств; розробляти стратегію розвитку медіапідприємств та забезпечувати її реалізацію; координувати діяльність служб і підрозділів ЗМІ у сфері управління фінансами, виробництвом, інноваціями, інвестиціями, персоналом, маркетингом; застосовувати сучасні технології управління організаційними процесами і організаційною поведінкою персоналу; оцінювати ефективність розвитку медіа підприємства; узагальнювати тенденції розвитку конкретних медіа, видів та галузей медіапростору.
Soft skills: компетентності, що відповідають заявленим цілям програми	Під час вивчення дисципліни студент отримує можливість формувати та розвивати soft skills: Тайм-менеджмент, здатність пристосовуватися, здатність до колаборацій, креативність, переконливість, соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміти важливості дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше. Вміння виявляти та вирішувати проблеми. Здатність формувати інформаційний контент, здатність формувати інформаційний продукт, здатність ефективно просувати створений медійний продукт і керуватися принципами інформаційної безпеки. Здатність організовувати та контролювати командну професійну діяльність.
Пререквізити	Базові знання з дисциплін: «Газетно-журнальне виробництво», «Проблематика ЗМІ»

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання
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.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Контент-аналіз
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.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Моніторинг газетно-журнального продукту.
3. Фінансовий менеджмент.	Бізнес-планування: основа та структурні елементи. Структура видання: фінансовий аспект.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Створення творчого доробку.

4. Редакційний менеджмент.	Аналіз змін у популярності газет. Основні завдання газетного управління. Видавництво і редакція: моменти напруги та непорозуміння. Організаційні дилеми редакційного колективу.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Контент-аналіз
5. Управління редакційним персоналом.	Відбір кандидатів та робота з вже сформованим колективом. Випробувальний термін. Системи ротації та атестації співробітників. Планування людських ресурсів. Індивідуальна та колективна робота у редакції.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Есе
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.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Робота в групах
7. Маркетинг аудиторії читачів. Розповсюдження: менеджмент.	Відділи розповсюдження та їх основні завдання. Категорії накладів. Реальність підвищення тиражів: завдання та проблеми.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання доповіді.
8. Онлайн газети. Канали продажу в мережі.	Онлайн версії видань: вітчизняний та закордонний досвід. Рекламні можливості. Навички персоналу для переходу та підтримання нового формату.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання реферату.
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.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Створення плану збуту.
10. Реклама газет та реклама в газетах.	Позиціонування через рекламні канали. Конкуренти та їх аналіз. Цілі рекламування та можливості їх досягнення.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Розробка рекламної стратегії.

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

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. Бесєдін М.О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): підручник / М.О. Бесєдін, В.М. Нагаєв. – К.: Центр навчальної

- літератури, 2015. – 496 с.
4. Борисевич Є.Г., Жуковська Л.Е., Горєлкіна 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: задачи, обязанности, 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. Основы менеджмента: 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 литературы, 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: Учебник / 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: Учебник / 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: Учебник / 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-ДЖЕРЕЛА

60. Сервер Верховної Ради України: <http://www.rada.gov.ua/>
61. Міністерство фінансів України <http://www.minfin.gov.ua/>
62. Державна фіскальна служба України <http://www.sta.gov.ua/>
63. Державна митна служба України <http://www.customs.gov.ua/>
64. Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку <http://www.ssmc.gov.ua/>
65. Рахункова палата України <http://www.ac-rada.gov.ua/>

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика	Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
Політика щодо дедлайнів та перекладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Політика щодо академічної доброчесності	Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів

Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (теми 1-5)	30
Змістовий модуль 2 (теми 6-10)	30
Підсумковий контроль (теми 1-10) – іспит	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни