

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ
ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУК



МАУП

Кафедра політології та журналістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор навчально-наукового
інституту психології
та соціальних наук

С.С. Корсакевич

28 серпня 2025 р.

Схвалено на засіданні кафедри
політології та журналістики
Протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.
Завідувач кафедри політології та
журналістики

С.С. Бойко

(підпис)

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ

спеціальності: 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня бакалавр
(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми: «Журналістика»
(шифр і назва освітньої програми)

КИЇВ, МАУП-2025

Розробник(-и) силябусу навчальної дисципліни:

Азоян Артем Аікович, старший викладач кафедри політології та журналістики ННПСН

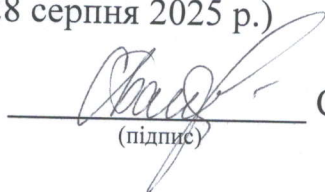
Викладач:

Азоян Артем Аікович, старший викладач кафедри політології та журналістики ННПСН

Силабус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри політології та журналістики

(протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.)

Завідувач кафедри

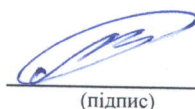

(підпис)

С.С. Бойко

Силабус погоджено з гарантом (керівником) освітньої програми 061
Журналістика
(назва освітньої програми)

29 серпня 2025 р.

Керівник (гарант) освітньої програми

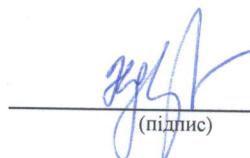

(підпис)

Г.Я. Холод

Силабус перевірено

29 серпня 2025 р.

Заступник директора


(підпис)

Є.О. Іщенко

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __;

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __;

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __;

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __.

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	Медіаменеджмент
Шифр та назва спеціальності	061 Журналістика
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	обов'язкова
Кількість кредитів і годин	3 кредити/90 год. Лекції: 14 Семінарські заняття: 28 Самостійна робота здобувачів: 48
Терміни вивчення дисципліни	5 семестр
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	залік
Сторінка дисципліни на сайті	https://maup.com.ua/

Загальна інформація про викладача. Контактна інформація

<i>Азоян Артем Акопович</i>	
Науковий ступінь	–
Вчене звання	–
Посада	Старший викладач кафедри політології та журналістики
Дисципліни, які викладає НПП	Практика реклами та зв'язків з громадськістю, Медіаменеджмент, Інтернет-журналістика, Іміджологія
Напрями наукових досліджень	вплив сучасних інтернет-технологій на маркетингові та соціальні комунікації, текст як інструмент спілкування
Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців	Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=cSCb4MoAAAAJ
<i>Контактна інформація викладача:</i>	
E-mail:	artazoyan@gmail.com
Контактний тел.	+38067-443-13-46
Телефон кафедри	73-98
Портфоліо викладача на сайті кафедри/Інституту /Академії	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/imvsn/kafedra-zhurnalistiki/danilina.html

Анотація навчальної дисципліни «Практика реклами та зв'язків з громадськістю».

Під час вивчення дисципліни здобувач отримує можливість формувати та розвивати soft skills: Тайм-менеджмент, здатність пристосовуватися, здатність до колаборацій, креативність, переконливість, соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: навички комунікації, лідерство. Навчиться брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміти важливості дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше.

Здобуде вміння виявляти та вирішувати проблеми, здатність формувати інформаційний контент, інформаційний продукт. Навчиться ефективно просувати створений медійний продукт і керуватися принципами інформаційної безпеки. Організовувати та контролювати командну професійну діяльність.

Отже, медіаменеджмент вивчає, як ефективно керувати медіа-організацією, поєднуючи творчість з бізнес-принципами та управлінськими технологіями.

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» є інструменти та методи керівництва процесами створення контенту, управління медіаструктурою, розробки медіапроектів,

бізнес-моделей та стратегій для різних медіа, щоб забезпечити ефективне функціонування медіаорганізацій як цілісної системи. Це охоплює як технічні аспекти виробництва, так і управлінські, стратегічні та репутаційні складові в медіасередовищі.

Метою навчального курсу «Медіаменеджмент» – сформулювати у студентів-журналістів знання про особливості управлінської діяльності медіа як системи виробництва, про управлінські задачі медіапідприємств, засоби й інструменти їх розв'язання, особливості дистрибуції медіапродукції; поєднати оволодіння теорією з виробленням навичок практичного застосування прийомів і засобів менеджменту й маркетингу.

Завдання навчальної дисципліни: ознайомити студентів-журналістів з поняттям «медіаменеджмент»; структурувати накопичений в країні та за її межами досвід роботи у сфері менеджменту медіа. Висвітлити особливості реалізації концепцій та принципів менеджменту в медіа, завдання медіаменеджменту. Забезпечити осмислення здобувачами стилів керівництва, основних умінь і професійних якостей керівника, особистісно зумовлених правил менеджменту. Сформувати комплексні уявлення про маркетингові завдання медіапідприємств; розвивати навички стратегічного маркетингового аналізу й планування. Формувати й розвивати у здобувачів навчальні компетенції у сфері брендингу, уміння розробки комунікаційних кампаній із просування ЗМІ та їх продуктів на медіа ринку. А також уявлення про практику дистрибуції медіапродукції, принципи її ціноутворення.

Пререквізитами для вивчення навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» є базові знання з дисциплін «Вступ до спеціальності «Журналістика», «Теорія журналістики», «Теорія реклами та зв'язків з громадськістю», «Теорія масової комунікації» тощо.

Постреквізитами для вивчення навчальної дисципліни. Курс «Медіаменеджмент» належить до професійно зорієнтованих навчальних дисциплін, вивчення яких допоможе глибше опанувати майбутню професію журналіста. Курс сприятиме глибшому засвоєнню дисциплін: «Практикум з журналістської майстерності», «Іміджологія», «Інтернет-журналістика», «Медіааркетинг», «Мультимедійна журналістика», «Медіакритика», «Прес-служба та інформаційні агентства», «Тренди сучасної журналістики та PR» тощо.

Навчальна дисципліна забезпечує формування здобувачами програмних компетентностей та набуття результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою «Журналістика» а саме:

Програмні компетентності

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 01.	Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях
	ЗК 02.	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
	ЗК 03.	Здатність бути критичним і самокритичним
	ЗК 04.	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
	ЗК 05.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
	ЗК 06.	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
	ЗК 07.	Здатність працювати в команді
	ЗК 08.	Здатність навчатися й оволодівати сучасними знаннями
	ЗК 09.	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні
	ЗК 10.	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя
	ЗК 11.	Здатність спілкуватися державною мовою
	ЗК 12.	Здатність спілкуватися іноземною мовою

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	СК 1.	Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності
	СК 2.	Здатність формувати інформаційний контент
	СК 3.	Здатність створювати медіапродукт
	СК 4.	Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність
	СК 5.	Здатність ефективно просувати створений медійний продукт
	СК 6.	Здатність до провадження безпечної медіадіяльності
Результати навчання (згідно з матрицею відповідності результатів навчання освітньої програми)	ПР 1.	Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
	ПР 2.	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
	ПР 3.	Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
	ПР 4.	Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
	ПР 5.	Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
	ПР 6.	Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків
	ПР 7.	Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
	ПР 8.	Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань
	ПР 9.	Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства
	ПР 10.	Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень
	ПР 11.	Вільно спілкуватися із професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
	ПР 12.	Вільно спілкуватися із професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою
	ПР 13.	Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук
	ПР 14.	Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації
	ПР 15.	Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
	ПР 16.	Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
	ПР 17.	Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах
	ПР 18.	Використовувати необхідні знання й технології для виходу із кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва

Зміст навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин, зокрема:			Методи навчання/ методи оцінювання
		Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота	
Змістовий модуль 1					
МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ ЯК МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ					
1	Менеджмент в мас-медіа як наука, мистецтво управління та навчальна дисципліна. Поняття про медіаменеджмент. Основні напрямки вивчення медіаменеджменту	2	2	2	<p>Методи навчання: словесні (навчальна лекція; бесіда; навчальна дискусія); індуктивний метод; дедуктивний метод; традуктивний метод; аналітичний; синтетичний; практичний (робота з фабулами юридичних справ); пояснювально-ілюстративний; репродуктивний; метод проблемного викладу; частково-пошуковий; дослідницький; інтерактивні методи (аналіз ситуацій; дискусії, дебати, полеміки; діалог, синтез думок; мозковий штурм; відпрацювання навичок; ситуативне моделювання, опрацювання дискусійних питань); моделювання професійної діяльності; інноваційні методи навчання (компетентнісний; проектно-дослідницький); кейс-метод.</p> <p>Методи оцінювання: усний контроль (усне опитування, оцінювання участі в дискусіях, інших інтерактивних методах навчання); письмовий контроль (контрольні, самостійні роботи, реферати); тестовий контроль (тести закритої форми: тест-альтернатива, тест-відповідність); метод самоконтролю та самооцінки; оцінювання кейс-завдань</p>
2	Інформаційний ринок та форми організації медіабізнесу Журналістська інформація як товар. Закономірності формування і розвитку, аспекти і структура інформаційного ринку в Україні		2	2	
3	Організація медіа як система процесів. Система законів організації медіа		2	4	
4	Управління фінансування медійних проєктів. Кредитне фінансування бізнесу. Основи фінансового успіху медіа	2	2	4	
5	Планування та бюджет. Стратегія прибутковості. Реклама та фандрайзинг. Поняття про кредитні організації та кредитування. Засоби забезпечення повернення кредиту		2	4	
6	Основні поняття й принципи методів і стилів управління. Адміністративно-правові, економічні й соціально-психологічні методи управління. Суть і види комунікацій. Техніка проведення перемовин всередині редакції та за її межами	2	2	4	
7	Редакційний колектив як осередок. Керівні органи управління засобу масової інформації. Організаційна структура редакції і система редакційного підпорядкування		2	4	
Разом:		6	14	24	
Змістовий модуль 2					
ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ТИПОВОГО ЗАСОБУ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ КЛАСИЧНОГО ЗРАЗКА					
8	Посадові обов'язки членів редакційного колективу. Організація системи роботи творчих та адміністративних підрозділів, системи звітності та контролю виконання завдань	2	2	4	
9	Редакційна політика, роль, місце, функції, права та обов'язки засновників ЗМІ та трудового колективу. Методи боротьби за дотримання принципів, норм і правил затвердженої редакційної політики у практичній журналістській діяльності. Співпраця з громадськими організаціями, які мають осередки в редакціях і мають вплив на членів колективу, зокрема, із профспілками		2	4	
10	Планування роботи редакційного колективу у виробничому, адміністративному та творчому аспектах. Види планування роботи творчих підрозділів – перспективне (річне), квартальне, місячне, тижневе, щоденне-оперативне. Тематичне планування. Особисте планування. Редакційне завдання та персональна журналістська ініціатива	2	2	4	
11	Практичні методи управління персоналом відповідних підрозділів – сектору, відділу, департаменту чи управління. Теорії мотивації та особливості їх реалізації в практиці мас-медіа. Принципи й завдання медіаменеджмента		2	4	
12	Практичні рекомендації по організації і дотриманню позитивного клімату у ЗМІ. Орієнтація на результат, внесок до загальної справи, використання сильних сторін, позитивне мислення членів журналістського колективу як одне з головних завдань медіаменеджменту	2	2	4	
13	Підсумкове обговорення з метою увиразнення головних завдань менеджменту в конкретних мас-медіа: від постановки цілей, організації й координування прийняття рішень – до організації системи відзначення успіхів кожного працівника, їхнього морального та матеріального заохочення та вжиття заходів щодо розвитку їхніх здібностей	2	4	4	
<i>Модульний контроль</i>					
Разом:		8	14	24	
Усього:		14	28	48	

Зміст самостійної роботи здобувача освіти з навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» передбачає підготовку до аудиторних занять шляхом опанування матеріалів лекції, вивчення базової і додаткової літератури, періодичних видань, інтернет-джерел та виконання практичних завдань (аналіз проблемних ситуацій, підготовка результатів власних досліджень до виступу на конференціях, участь у конкурсах наукових робіт, підготовці й публікації наукових статей, тез тощо) протягом семестру; самостійне опрацювання окремих тем навчальної дисципліни; підготовку доповідей і презентацій за тематикою семінарських занять; переклад іноземних текстів установлених обсягів; виконання індивідуальних завдань; підготовку до модульної контрольної роботи і підсумкової атестації.

Зміст самостійної роботи здобувача освіти визначається робочою програмою навчальної дисципліни «Медіаменеджмент», методичними рекомендаціями та рекомендаціями викладача.

Технічне обладнання та/або програмне забезпечення. В освітньому процесі використовуються навчальні аудиторії, бібліотека, мультимедійний проектор і комп'ютер для проведення лекційних та семінарських занять з елементами презентації. Вивчення окремих тем і виконання практичних завдань потребує доступу до інформації зі всесвітньої мережі Інтернет, який забезпечується безкоштовною мережею Wi-Fi.

Форми та методи контролю.

Контроль успішності здобувачів освіти поділяється на *поточний* і *підсумковий* (семестровий).

Поточний контроль здійснюють під час проведення семінарських занять та виконання самостійної роботи, метою якого є систематична перевірка розуміння та засвоєння теоретичного навчального матеріалу, уміння використовувати теоретичні знання під час виконання практичних завдань тощо. Можливості поточного контролю є надзвичайно широкими: мотивація навчання, стимулювання навчально-пізнавальної діяльності, диференційований підхід до навчання, індивідуалізація навчання тощо.

Форми участі здобувачів у навчальному процесі, які підлягають поточному контролю:

- виступ з основного питання;
- усна доповідь;
- доповнення, запитання до того, хто відповідає;
- систематичність роботи на семінарських заняттях, активність під час обговорення питань;
- участь у дискусіях, інтерактивних формах організації заняття;
- аналіз законодавства та монографічної літератури;
- письмові завдання (тестові, контрольні, творчі роботи тощо);
- підготовка тез, конспектів навчальних або наукових текстів;
- самостійне опрацювання тем.

Методи поточного контролю: усний контроль (опитування, бесіда, доповідь, повідомлення тощо); письмовий контроль (контрольна робота, реферат, виклад матеріалу на задану тему в письмовій формі тощо); комбінований контроль; презентація самостійної роботи; спостереження як метод контролю; тестовий контроль; проблемні ситуації.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Таблиця розподілу балів, які отримують здобувачі вищої освіти*

3-й курс (5-й семестр)

Поточний контроль знань													Разом	Модульна контрольна робота	Залік**	Загальна кількість балів	
Теми	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10	Тема 11	Тема 12					Тема 13
Робота на семінарському занятті	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	20	20**	100
Самостійна робота	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	28			

*Таблиця містить інформацію про максимальні бали за кожен вид навчальної роботи здобувача вищої освіти.

Під час оцінювання засвоєння кожної теми за поточну навчальну діяльність здобувачу освіти виставляють оцінки з урахуванням затверджених критеріїв оцінювання для відповідної дисципліни.

Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів освіти та розподіл балів, які вони отримують, регламентуються Положенням про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП».

Модульний контроль. Модульна контрольна робота з навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» проводиться на останньому занятті модуля у письмовій формі, у вигляді тестування.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи з навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» при оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань:

- оцінка «відмінно» (А) ставиться за правильне виконання всіх завдань (або більше 90% усіх завдань);
- оцінка «добре» (В) ставиться за виконання 80% усіх завдань;
- оцінка «добре» (С) ставиться за виконання 70% усіх завдань;
- оцінка «задовільно» (D) ставиться, якщо правильно виконано 60% запропонованих завдань;
- оцінка «задовільно» (Е) ставиться, якщо правильно виконано більше 50% запропонованих завдань;

- оцінка «незадовільно» (FХ) ставиться, якщо завдань виконано менше від 50 %.

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Вище наведені оцінки трансформуються в рейтингові бали у такий спосіб:

«А» – 18-20 балів;

«В» – 16-17 балів;

«С» – 14-15 балів;

«D» – 12-13 балів.

«Е» – 10-11 балів;

«FХ» – менше 10 балів.

Підсумковий семестровий контроль з навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» є обов'язковою формою оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти. Він проводиться

в терміни, встановлені графіком навчального процесу, та в обсязі навчального матеріалу, визначеного програмою навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль проводиться у 5-му семестрі у формі заліку. Здобувача допускають до семестрового контролю за умови виконання ним усіх видів робіт.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка з дисципліни визначається як сума (проста або зважена) балів за змістовими модулями. Залік виставляється за результатами роботи здобувача освіти впродовж усього семестру. Рейтингова оцінка здобувача освіти складається з балів, отриманих здобувачем за результатами заходів поточного контролю, заохочувальних балів.

Здобувачі освіти, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку 60 і більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань.

**Зі здобувачами, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку, на менше 60 балів, а також з тими здобувачами, хто бажає підвищити свою рейтингову оцінку, на останньому за розкладом занятті з дисципліни в семестрі викладач проводить підсумковий семестровий контроль у вигляді заліку.

Оцінювання додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності. До додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності відносять участь здобувачів у роботі наукових конференцій, наукових гуртків здобувачів і проблемних груп, підготовці публікацій, участь у Всеукраїнських олімпіадах і конкурсах та Міжнародних конкурсах тощо понад обсяги завдань, які встановлені відповідною робочою програмою навчальної дисципліни.

За рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі й виконували певні види додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності, можуть присуджуватися заохочувальні (бонусні) бали за визначену освітню компоненту.

Заохочувальні бали можуть нараховуватися, якщо здобувач освіти, наприклад, виконав і захистив певні види завдань, відвідував всі лекції, семінарські й практичні заняття, має власний рукописний конспект лекцій та опрацьований додатковий навчальний матеріал, не має пропусків занять без поважних причин, відвідував додаткові консультації за участі лектора тощо.

Сума заохочувальних балів враховується при виставленні підсумкових балів в заліково-екзаменаційну відомість (але не більше 89 балів в загальному підсумку) і може бути автоматично зарахована при виставленні підсумкової семестрової оцінки з відповідної освітньої компоненти.

Заохочувальні бали не є нормативними й не входять до таблиці розподілу балів, які отримують здобувачі вищої освіти та основної шкали системи оцінювання.

Один захід може бути підставою для виставлення заохочувальних балів лише за однією найбільш релевантною освітньою компонентою.

Підсумкова кількість балів, набрана здобувачами освіти за виконання завдань із самостійної роботи, є однією зі складових поточної успішності з навчальної дисципліни. Самостійна робота з кожної теми за робочою програмою навчальної дисципліни оцінюється в діапазоні від 0 до 3 балів з використанням стандартизованих узагальнених критеріїв оцінювання знань.

Шкала оцінювання виконання самостійної роботи (індивідуальних завдань)

Можлива максимальна оцінка виконання самостійної роботи (індивідуальних завдань)	Рівень виконання			
	Відмінний	Добрий	Задовільний	Незадовільний
3	3	2	1	0

Для оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти впродовж семестру застосовується 100-бальна, національна та шкала ЄКТС оцінювання.

Шкала підсумкового оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу.

Для успішного засвоєння курсу «Медіаменеджмент» здобувач освіти має:

- регулярно відвідувати лекційні та семінарські заняття;
- систематично, системно й активно працювати на лекційних і семінарських заняттях;
- відпрацьовувати пропущені заняття або незадовільні оцінки, отримані на заняттях;
- виконувати в повному обсязі завдання, які вимагає підготувати викладач, належна їх якість;
- виконувати контрольні та інші самостійні роботи;
- дотримуватися норм академічної поведінки та етики.

Курс «Медіаменеджмент» передбачає засвоєння та дотримання принципів етики та академічної доброчесності, зокрема орієнтації на запобігання плагіату в будь-яких його проявах: усі роботи, доповіді, есе, реферати та презентації мають бути оригінальними й авторськими, не переобтяженими цитатами, що мають супроводжуватися посиланнями на першоджерела. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання.

Оцінювання здобувача освіти орієнтовано на отримання балів за активність на семінарських заняттях, виконання завдань для самостійної роботи, а також виконання завдань, що розвивають практичні уміння й навички, за які можуть бути, за рішенням викладача, нараховані додаткові (бонусні) бали (участь у круглих столах, наукових конференціях, олімпіадах та наукових конкурсах серед студентів).

Технічне й програмне забезпечення/обладнання: В освітньому процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, медіацентр кафедри політології та журналістики (ауд.13-а), ноутбук, DVD PLAYER, телевізор (плазма), мультимедійна дошка, екран, проєктор.
Дидактичні матеріали: карти, таблиці, стенди.

Методичне забезпечення навчальної дисципліни

1. Навчальний план освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки фахівців галузі знань 06 Журналістика, спеціальності 061 Журналістика.
2. Азоян А.А. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаменеджмент».
3. Підручники та навчальні посібники.
4. Плани лекційних і практичних занять.
5. Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять.
6. Семестрові завдання для самостійної роботи здобувачів із навчальної дисципліни.

7. Матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до семінарських занять; завдання на модульну контрольну роботу для перевірки рівня засвоєння здобувачами навчального матеріалу).
8. Перелік питань підготовки до заліку.

Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Андрійчук М.Т., Андрійчук Т.С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського: Політехніка, 2018. 114 с.
2. Біденко С. Репутаційний антистрес. Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу. Київ: Yakaboo, 2021. 224 с.
3. Бойчук І.В., Басій Н.Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2019. 203 с.
4. Болотіна Є.В., Фоміченко І.П., Шашко В.О. Управлінські технології комунікативного менеджменту. Бізнес Інформ. 2018. № 9. С. 212-219.
5. Взаємодія з громадськістю: зб. звітів за результатами оцінки діяльності органів викон. влади /упоряд. Л. Паливода ; ред. І. Яцик. Київ: ТЦК, 2018. 71 с.
6. 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.
7. Джеймс Л. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. Київ: К.І.С., 2002. 264 с.
8. Журналістика та медіа: довідник // За ред. Вайшенберга З., Кляйнштойберга Г. та ін. – К., 2011. – 529 с.
9. 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.
10. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. Київ: Альпіна паблішер Україна, 2021. 252 с.
11. Сахно Е.Ю. Менеджмент сервісу. Теорія та практика / Е.Ю. Сахно. – К.: ЦУЛ, 2010.Штефан Р.-Моль. Журналістика: Посібник / Пер. з нім. В.Климченко; наук. ред. В.Іванов. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.
12. Сонг Е. Знайди свій стиль. Як створити персональний бренд в Instagram. Київ: Vivat, 2021. 208 с.
13. Управління рекламними проєктами: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2019. 247 с.
14. Шугерман Дж. Як створити крутий рекламний текст. Принципи видатного американського копірайтера. Київ: Альпіна Паблішер, 2020. 436 с.

Допоміжні:

1. Головатий М.Ф. Соціальна політика і соціальна робота: термінологічно-понятійний словник. Київ: МАУП. 2005. 506 с.
2. Марінова С. Вивчення відвідувачів та робота з публікою в художніх музеях США. *Вісник Книжкової палати*. 1997. № 2. С. 31-33.
3. Молчанова Ю.В. Маркетингові комунікації: навч. посіб. Одеса: ОДАБА, 2019. 199 с.
4. Основи реклами і зв'язків з громадськістю: підручник. Київ: Київ. ун-т, 2011. 431 с.
5. Поплавський М.М. Азбука паблік рілейшнз. Київ, 2007. 315 с.
6. Приходько Д.О. Маркетинг: навч. посіб. для студентів екон. спец. закл. вищ. освіти. Харків: Бровін О.В., 2019. 239 с.
7. Ротовський А.А. Системний ПР. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Бук, 2006. 251 с.
8. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ: Наш Формат, 2019. 150 с.
9. Свобода інформації: навч. посіб. для держ. службовців. Київ: Тютюкін, 2010. 128 с.
10. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 363 с.

11. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу: монографія. Тернопіль: Бескиди, 2020. 179 с.
12. Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу. Київ: Інтерконтиненталь-Україна, 2015. 176 с.
13. Bivins T. Public Relations Writing: The Essentials of Style and Format – McGraw. Hill Humanities, 2013. 416 p.
14. Deirdre K. Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional. FT Press, 2012. 176 p.
15. Scott D. The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly Paperback. Wiley, 2013. 464 p.

Інформаційні ресурси:

1. Асоціація корпоративних медіа України. URL: <http://www.acmu.com.ua> (дата звернення 20.09.2022).
2. Веб-сайт АКМУ. URL: <http://www.corpmedia.com.ua> (дата звернення 20.09.2022).
3. Інтернет-ресурс про PR, маркетинг та рекламу в Україні. URL: <https://mmr.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
4. Портал асоціації операторів зовнішньої реклами. URL: <http://www.outdoor.org.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
5. Портал для фахівців у сфері комунікацій. URL: <http://prportal.com.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
6. Портал Міжнародної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX. URL: <https://www.rex.ua/?pid=1/> (дата звернення: 20.09.2022).
7. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр> (дата звернення 20.09.2022).