



МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ

Курс за вибором
Освітня програма
«Журналістика і медіа комунікації»
2019/2020 н.р.

Анотація до курсу



- Сучасне суспільство і практика масової комунікації ставить перед засобами масової інформації нові вимоги, де редакції виступають не тільки об'єктами, а і повноцінними суб'єктами ринкових відносин. Журналістика залишається одним із основних інститутів суспільства, які виступають агентами соціалізації та формують ідеологічний та культурний світогляд громадян. Разом з тим, журналістика стала повноцінним учасником економічних відносин, окремо галуззю господарства яку називають медіа-бізнесом.
- В умовах конвергентності сучасних медій перед журналістами постають все нові виклики і в процесі управління редакцією. Управління редакціями ЗМІ збігається з традиційними вченнями про менеджмент як управління виробництвом метою якого є підвищення його ефективності та збільшення прибутків. Проте ЗМІ виробляють два товари - зміст й аудиторію, тому потребують складних управлінських підходів, що враховують специфіку двох різних ринків реалізації.

Мета курсу

- Метою навчального курсу «Медіаменеджмент» є формування у студентів-журналістів теоретичних знань щодо особливостей управлінської діяльності в засобах масової інформації, розуміння медіа підприємства як соціальної системи; формування у студентів сучасного системного мислення і комплексу спеціальних знань у галузі управління підсистемами й елементами внутрішнього середовища медіапідприємства на усіх стадіях його життєвого циклу; поєднання оволодіння теорією з виробленням навичок практичного застосування прийомів і засобів менеджменту в засобах масової інформації.



У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

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;

Обсяг курсу	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60



Тематика курсу

Змістовий модуль 1. Медіапідприємство як об'єкт управління

- ▶ Тема 1. Характеристики і типи організацій
- ▶ Тема 2. Об'єднання підприємств у структурі економіки
- ▶ Тема 3. Бізнес-середовище організації
- ▶ Тема 4. Структура організації
- ▶ Тема 5. Конкурентна політика організації

Змістовий модуль 2. Інструменти практичного медіаменеджменту

- ▶ Тема 1. Стратегічний менеджмент організації
- ▶ Тема 2. Фінансовий менеджмент. Управління фінансування медійних проектів.
- ▶ Тема 3. Методи управління персоналом
- ▶ Тема 4. Маркетингові стратегії в сфері медіа.
- ▶ Тема 5. Інформаційний ринок та форми організації медіабізнесу.