**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»**

Факультет філології

Кафедра журналістики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Видавничий менеджмент**

Перший (бакалаврський) рівень

Освітня програма 06 Журналістика

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Затверджено на засіданні кафедри

Протокол № 1 від «30» серпня 2021 р.

м. Івано-Франківськ - 2021

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1. Загальна інформація** | | | | | | | | |
| **Назва дисципліни** | | | Видавничий менеджмент | | | | | |
| **Рівень вищої освіти** | | | Перший (бакалаврський) рівень | | | | | |
| **Викладач (-і)** | | | Пристай Галина Іванівна | | | | | |
| **Контактний телефон викладача** | | | 096-62-20-786 | | | | | |
| **E-mail викладача** | | | galina.prystai@pnu.edu.ua | | | | | |
| **Формат дисципліни** | | | Вибіркові | | | | | |
| **Обсяг дисципліни** | | | 3 кредити ЄКТС, 90 годин | | | | | |
| **Посилання на сайт дистанційного навчання** | | | <http://www.d-learn.pu.if.ua/> | | | | | |
| **Консультації** | | | Пн. 13.30-15.00 | | | | | |
| **2. Анотація до навчальної дисципліни** | | | | | | | | |
| *Предметом* вивчення навчальної дисципліни є теоретичні та практичні положення у сфері організації та управління видавничим процесом. Предмет курсу «Видавничий менеджмент» покликаний ознайомити студентів з елементами управління трудовими відносинами в межах журналістського колективу при підготовці інформаційного продукту.  Міждисциплінарні зв’язки: навчальний курс має міждисциплінарний характер і тісно пов’язаний з іншими дисциплінами бакалаврської програми, зокрема «Редакторський практикум», «Медіаменеджмент», «Авторсько-видавничі відносини» тощо. | | | | | | | | |
| **3. Мета та цілі навчальної дисципліни** | | | | | | | | |
| *Мета* курсу полягає у ознайомленні студентів із основами видавничої діяльності, способами побудови роботи журналістського колективу та веденням управлінської діяльності ЗМІ.  *Цілі.* Вивчення специфіки роботи журналістської редакції, особливостей редакційного менеджменту та менеджменту персоналу з урахуванням змін кон’юктури ринку та впровадженням нових технологій. | | | | | | | | |
| **4. Загальні та фахові компетентності** | | | | | | | | |
| Загальні та фахові **компетентності**, якими повинен оволодіти чи які може удосконалити студент у результаті вивчення дисципліни:  - уміння трансформувати набуті теоретичні знання у засоби розв’язання важливих професійних завдань журналістики;  - готовність до відбору, оцінки і застосування у майбутній професійній діяльності нових ідей і методик;  - здатність до інноваційної діяльності як умова формування професіоналізму майбутнього фахівця;  - готовність до саморозвитку та самовдосконалення, креативність;  - комунікативність, етична компетентність, толерантність;  - володіння культурою виробничої діяльності в редакції. | | | | | | | | |
| **5. Результати навчання** | | | | | | | | |
| У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен :  ***знати***: принципи організації структури видавництва; основні методи управління колективом видавництва; кон’юктуру ринку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні; особливості побудови роботи редакції; методи діагностування конфліктів та пошук ефективних способів їх вирішення.  ***вміти:*** застосовувати на практиці професійні знання, уміння, навички а також принципи діяльності журналіста; сформувати основні елементи корпоративної культури видавництва; діагностувати внутрішні та зовнішні конфлікти; визначати цілі та завдання проводити якісну організацію та координацію підготовки інформаційного продукту. | | | | | | | | |
| **5. Організація навчання навчальної дисципліни** | | | | | | | | |
| Обсяг курсу 90 год. | | | | | | | | |
| Вид заняття | | | | | | Загальна кількість годин | | |
| **Лекції** | | | | | | 12 год. | | |
| семінарські заняття / **практичні** / лабораторні | | | | | | 18 год | | |
| **самостійна робота** | | | | | | 60 год. | | |
| Ознаки навчальної дисципліни | | | | | | | | |
| Семестр | Спеціальність | | | Курс  (рік навчання) | | | Нормативний /  Вибірковий | |
| **1 семестр** | **061 Журналістика** | | | **3 рік** | | | **Вибірковий** | |
| Тематика навчальної дисципліни | | | | | | | | |
| Тема | | | Кількість годин | | | | | |
| Лекції | | Заняття | | | самост.роб. |
| Тема 1**. Загальна характеристика менеджменту у видавничій справі.** Основні функції і завдання менеджменту в редакціях ЗМІ.  Модель редакції ЗМІ і менеджменту. Менеджмент персоналу у редакції ЗМІ. | | | 2 | | 2 | | | 10 |
| **Тема 2.** **Функціональний зміст видавничого менеджменту**. Функції видавничого менеджменту.Планування, організація, мотивація, контроль, координація, регулювання як основа управління організацією. | | | 2 | | 2 | | | 10 |
| **Тема 3**. **Розподіл праці у редакції мас-медіа**.  Мотивація роботи журналіста.  Участь журналіста в плануванні і випуску ЗМІ.  Організація і етапи роботи над випуском. | | | 2 | | 4 | | | 10 |
| **Тема 4.** **Побудова колективної діяльності в редакції.** Особливості розв’язання конфліктів у редакції ЗМІ. Організація і проведення нарад, зборів у редакціях мас-медіа. | | | 2 | | 4 | | | 10 |
| **Тема 5.** **Видавничий процес як основа ефективного менеджменту.**  Етапи редакційно-видавничого процесу.Підготовчий етап.Редакційний етап.Виробничий етап.Завершальний (маркетинговий етап). | | | 2 | | 4 | | | 10 |
| **Тема 6.** **Менеджмент інформаційно-комунікаційної сфери в умовах сьогодення.**  Перспективи видавничої діяльності в умовах розвитку нових медіа. | | | 2 | | 2 | | | 10 |
| **Загальна** | | | 12 | | 18 | | | 60 |
| **6. Система оцінювання навчальної дисципліни** | | | | | | | | |
| Загальна система оцінювання курсу | | Поточне опитування, тестування та самостійна робота - 40 балів.  Контрольна робота – 10 балів.  Підсумкова письмова робота (екзамен) – 50 балів. | | | | | | |
| Вимоги до письмової роботи | | Письмова робота складається із трьох теоретичних та одного практичного завдання. | | | | | | |
| Практичні заняття | | Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента. | | | | | | |
| Умови допуску до підсумкового контролю | | Для отримання допуску до підсумкового контролю студентові необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи. | | | | | | |
| **7. Політика навчальної дисципліни** | | | | | | | | |
| Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвиткові їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються. | | | | | | | | |
| **8. Рекомендована література** | | | | | | | | |
| 1. Виноградова О. В., Крижко О.В. **Маркетинговий менеджмент. ч.2. «Організація офісної діяльності»**. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 137 с. 2. Виноградова О. В., Литвинова О. В., Пілігрім К. І. Сутність інструментів гейміфікації в системі мотивації персоналу// Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2017. – № 4 (22). – С.19-25 3. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О. Корпоративна культура як стратегічний інструмент в системі управління телекомунікаційними підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Збірник наукових праць. Київ: ДУТ, 2016. № 4. С. 23-30. 4. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О. **Групова динаміка і комунікації**. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ,  2018. – 223 с. 5. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О., Крижко О.В. Діагностика проблем маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств України на державному та галузевому рівнях. Науковий економічний журнал «ІНТЕЛЕКТ ХХІ», Київ, НУХТ, 2019. №1. С. 18-24. 6. Виноградова О.В.,Кондрашов О.А. Організація контролю процесу прийняття управлінських рішень на телекомунікаційному підприємстві*.* Монографія - Київ:ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2018. – 252 с. 7. Друкер П.Менеджмент. – М.: Вильямс, 2010. – 740 с. 8. Литвинова О.В., Пілігрім К.І. «Теоретичне підґрунтя формування системи мотивації персоналу на телекомунікаційних підприємствах» // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2017. – №3 (21). – С.109-114 9. **Маркетинговий менеджмент видавничої продукції** [Текст] : навчально-методичний посібник / Г. І. Глотова, Ж. М. Ковба, Г. А. Мохонько, В. В. Мартинів. – Л. : Українська академія друкарства, 2011. – 352 с. 10. Микитів О. Ю. Сучасний стан і системні засади функціонування видавничої справи України в умовах глобалізації та кризи / О.Ю. Микитів // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. – 2010. – №2. – С.112-117. 11. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. — К. : Академвидав, 2010. – 136 с. 12. Теремко Василь Іванович. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії: монографія / Василь Іванович Теремко; Наук. конс. В. В. Різун. – К. : Академвидав, 2012. – 323 с.   Інернет- ресурси:   1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, електронні фахові видання // www.nbuv.gov.ua 2. Наукова бібліотека Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника <http://lib.pnu.edu.ua/> 3. Національна парламентська бібліотека України // http://www.nplu.org/ 4. Книжкова палата України імені Івана Федорова // <http://www.ukrbook.net/> 5. Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека імені Івана Франка // https://lib.if.ua/ | | | | | | | | |

**Викладач**  Пристай Галина Іванівна