

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет філології

Кафедра журналістики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ВИДАВНИЧИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Освітня програма «Журналістика»

Спеціальність «Журналістика»

Галузь знань 06 Журналістика

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «31» серпня 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Видавничий менеджмент.
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Викладач (-і)	Пристаї Галина Іванівна, кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри журналістики
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	
<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є принципи, методи, засоби та форми ефективної підготовки та випуску друкованого і онлайн продукту. Також, предмет курсу «Видавничий менеджмент» покликаний ознайомити студентів з елементами управління трудовими відносинами в межах журналістського колективу при підготовці інформаційного продукту.</p> <p>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.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Мета курсу полягає у ознайомленні студентів із основами видавничої діяльності, способами побудови роботи журналістського колективу та веденням управлінської діяльності ЗМІ.</p> <p>Цілі. Вивчення специфіки роботи журналістської редакції, особливостей редакційного менеджменту та менеджменту персоналу з урахуванням змін кон'юнктури ринку та впровадженням нових технологій.</p>	
4. Загальні та фахові компетентності	
<p>Загальні та фахові компетентності, якими повинен оволодіти чи які може удосконалити студент у результаті вивчення дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. Програмні результати навчання	
<p><u>Програмні результати навчання:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - виконує всі фахові виробничі та творчі операції у засобах масової інформації, організаційно-технічні роботи, пов'язані з підготовкою матеріалу до друку чи передачі в ефір (макетування, монтаж тощо); - аналізує, оцінює, редагує, готує до друку і ефіру авторські текстові, аудіо- й 	

- аудіовізуальні, мультимедійні матеріали;
- забезпечує суспільство якісною щодо змісту, форми та впливу мас- медійною військовою продукцією;
- використовує системні знання й сучасні методи впливу мас-медіа;
- використовує знання про основні періоди становлення і розвитку друкованих ЗМІ, радіо, телебачення, інформагентств, інтернет-ЗМІ в Україні й за кордоном.

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	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, розвитку 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., Пілігрим 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 XXI», 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.: Вільямс, 2010. – 740 с.
8. Литвинова О.В., Пілігрим 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.

Інтернет-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

Пристаї Галина Іванівна