

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики і нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов



«07» 12 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ: АНАЛІЗ МЕДІАРИНКУ

для студентів

освітнього рівня: другого (магістерського)
спеціальності: 061 Журналістика
освітньої програми: 061.00. 01 Журналістика

Київ – 2020

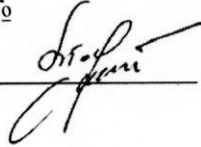
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 2506/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 20

Розробник: Мельниченко А. В., викладач кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Мельниченко А. В., викладач кафедри журналістики і нових медіа


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії)
журналістики та нових медіа

Протокол від «__» _____ 2020 року №

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  В. О. Гандзюк


Робочу програму погоджено за гарантом освітньої (професійної/наукової) програми
(керівником проектної групи) _____ 2020 р.

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми

(керівник проектної групи)  (М. С. Васюків)

Робочу програму перевірено

____. _____ 20__ р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О. А. Росінська)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____

ЗМІСТ

1. Опис предмета навчальної дисципліни	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни	5
3. Результати навчання за дисципліною.....	6
4. Структура навчальної дисципліни	8
5. Програма навчальної дисципліни	10
<i>Змістовий модуль I</i>	10
<i>Змістовий модуль II</i>	11
<i>Змістовий модуль III</i>	12
6. Контроль навчальних досягнень	13
6.1 Система оцінювання навчальних досягнень студентів	13
6.2 Завдання для семінарських занять та критерії оцінювання	12
6.3 Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання.....	20
6.4 Завдання для модульних контрольних робіт.....	24
6.5 <i>Форми проведення семестрового контролю та критерії</i> <i>оцінювання</i>	25
6.6 <i>Орієнтовний перелік питань до іспиту</i>	28
6.7 <i>Шкала відповідності оцінок</i>	30
7. Навчально-методична карта дисципліни «Аналіз медіаринку».....	30
8. Рекомендована література.....	32
<i>Базова</i>	32
<i>Додаткова</i>	33

1. Опис навчальної дисципліни

/Найменування показників	Характеристика дисципліни За формами навчання	
	денна	Заочна
Вид дисципліни	вибіркова	вибіркова
Мова викладання, навчання, оцінювання	українська	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	3/90	
Курс	5	
Семестр	9	
Кількість змістових модулів з розподілом	3	
Обсяг годин у тому числі:	90	
Аудиторні	24	
Модульний контроль	6	
Самостійна робота	50	
Форма семестрового контролю	іспит	

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни: майбутні журналісти повинні оволодіти теоретичними знаннями про медіадослідження, методикою проведення досліджень медіаринку, опанувати практичні навички проведення контент-аналізу, навчитися працювати з фокус-групами, проводити наукові експерименти, обробляти отримані аналітичні дані .

Основними завданнями вивчення дисципліни «Дослідження медіаринку: Аналіз медіаринку»:

- ознайомлення студентів з особливостями ринкового середовища функціонування медіапідприємств;
- ознайомлення студентів з теоретичними основами медіадосліджень;
- виробити вміння проводити текстуальний аналіз;
- визначення методів пізнання;
- опанування основних принципів формування успішного дослідження медіаринку.
- опанування навичок проводити роботу у фокус-групах.

2. Результати навчання за дисципліною

За результатами вивчення дисципліни студент має отримати такі **програмні результати** освітньо-професійної програми підготовки магістрів за спеціальністю 061 Журналістика, а саме:

знати:

- про ринкове середовище медіадосліджень в Україні;
- методи досліджень друкованих та електронних ЗМІ;
- цілі та завдання медіадосліджень;
- закони маркетингових досліджень;
- принципи та методи досліджень іміджу радіо-станцій;

уміти:

- використовувати методи та інструменти аналітики кросмедійних ЗМІ;
- проводити контент-аналіз;
- визначати методи для досліджень медіа-ефектів;
- розробляти та реалізувати стратегію дослідження медіаринку;
- на базі аналітичної інформації формувати висновки.

Дисципліна спрямована на формування у студентів таких **загальних та фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки магістрів спеціальності 061 Журналістика: **ЗК01.** Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях; **ЗК05.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; **ЗК08.** Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями; **ФК-4** Оперативно збирати інформацію. Мати глибокі базові знання з різних галузей; спеціалізовані знання з окремої галузі; дотримуватись балансу думок; вміти працювати з джерелами; взаємодіяти з аудиторією; **ФК-7** Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності). Мати чітке уявлення про якість журналістського матеріалу; здатність до критичної оцінки власної роботи; здатність аналізу і

прогнозування розвитку медіа-культури як цілісного феномену, що включає в себе опанування філософії і етики медіа, навичок медіа, медіа грамотність; **ФК-9** Розуміти економічні основи професії, ринкові можливості; здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; спроможність просувати медійний продукт, аналізувати роль ринку споживачів та роль аудиторії для редакційного контенту, підтримувати спеціалізовані знання на сучасному рівні.

Програмні результати навчання – формування фахових навичок проведення досліджень медіаринку. **ПРН-2** В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері; **ПРН-5** В умовах виробничої діяльності різновимірно бачити й аналізувати текст і медійний продукт, оцінювати їх з використанням соціокультурних, етнологічних та етнопсихологічних критеріїв; **ПРН-6** В умовах виробничої діяльності на основі інформаційних технологій застосовувати наукові методики збирання, обробки та інтерпретації даних; **ПРН-11** В умовах професійної діяльності на основі зібраної інформації та її аналізу прогнозувати тренди медіа ринку та опановувати інноваційні методи роботи; **ПРН-16** На основі здобутих знань вміти аналізувати різні види медійних продуктів, фігурувати в консультативній, експертній та інших ролях.

3. Структура навчальної дисципліни

3.1 Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						Підсум- ковий конт- роль
		разом	Ауди- торних	лек- цій	Семі- нарських	Прак- тичних	С.Р	
9 семестр								
Змістовий модуль І. Ринок медіадосліджень в Україні								
1.1	Тема 1. Медіадослідження в Україні	7	2	2			5	
1.2	Тема 2. Методи пізнання: науковий метод, інтуїція, авторитет, звичка.	7	2	2			5	
1.3	Тема 3. Чотири базових елементи досліджень. Семплінг.	9	4	2	2		5	
	МКР	2						
	Разом за змістовим модулем І	25	8	6	2		15	
Змістовий модуль ІІ. Особливості дослідження медіаринку								
2.1	Тема 4. Аналіз глобального медіаринку	9	4	2	2		5	
2.2	Тема 5. Методологія текстуального аналізу. Семіотика. Риторика.	7	2		2		5	
2.3	Тема 6. Якісні та кількісні дослідницькі методи. Інтерв'ю. Фокус-групи.	7	2		2		5	

	МКР	2					
	Разом за змістовим модулем II	25	8	2	6		15
Змістовий модуль III							
Методика дослідження медіа							
3.1	Тема 7. Фреймінг. Agenda setting	7	2		2		5
3.2	Тема 8. Методологія контент-аналізу.	7	2		2		5
3.3	Тема 9. Рейтинг та частка аудиторії. Піплметрові дослідження.	7	2		2		5
3.4	Тема 10. Експеримент. Крос-секційні дослідження. Лонгітюдні дослідження.	7	2		2		5
	МКР	2					
	Разом за змістовим модулем III	30	8		8		20
	Семестровий контроль	10					
	Разом за навчальним планом	90	24	8	16		50

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I.

РИНОК МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Лекція 1.1 Медіадослідження в Україні (2 год.)

Повсякденні та наукові дослідження. Діахронні та синхронні дослідження. Аналіз впливу мас-медіа на аудиторію. Фази розвитку медіадослідження. Вивчення медіа (преса, радіо, ТБ, інтернет). Вивчення користувачів. Вивчення соціальних, психологічних і фізичних ефектів. Історія медіадосліджень. Чотири рушійні сили розвитку медіа-досліджень. Напрями медіа-досліджень.

Література:

Основна: 1, 4, 6, 7.

Додаткова: 2, 6, 8.

Лекція 1.2 Методи пізнання: науковий метод, інтуїція, авторитет, звичка. (2 год).

Характеристики наукового методу. Вісім кроків дослідницької процедури. Методи збирання інформації. Емпіричні методи. Абстрагування та конкретизація. Аналіз та синтез. Індукція та дедукція. Формалізація. Алгоритмізація та моделювання. Розпізнавання образів. Експертна оцінка.

Література:

Основна: 6,7, 9.

Додаткова: 1, 4, 7.

Лекція 1.3 Чотири базових елементи досліджень. Семплінг.

Концепції і конструкції. Вимірювання. Змінні. Масштаб. Рівні вимірювання: номінальний, ординальний, інтервальний, пропорційний. Семплінг. Генеральна сукупність. Вибірка. Нерепрезентативні вибірки: готова, волонтерська, цільова, квотована. Репрезентативні вибірки: випадкова, систематична випадкова вибірка, стратифікована вибірка, кластерна вибірка. Помилка вибірки.

Література:**Основна:** 3, 4, 7.**Додаткова:** 1, 5, 8.**Семінарське заняття №1.** Чотири базових елементи досліджень.

Семплінг (2 год).

Література:**Основна:** 3, 4, 7.**Додаткова:** 1, 5, 8.**Змістовий модуль II****ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ****Лекція 2.1 Аналіз глобального медіаринку**

Медіаринок в умовах глобалізації. Структура глобального медіаринку. Соціальні ознаки інформаційного простору. Охоплення аудиторії. Насиченість. Політичне та правове регулювання медіаринку. Фактори, що впливають на національний і глобальний медіаринок. Вплив транснаціональних корпорацій на розвиток медіа. Тенденції новинного контенту.

Література:**Основна:** 2, 3, 5, 7.**Додаткова:** 4, 6, 9.**Семінарське заняття №2.** Аналіз глобального медіаринку

(2 год).

Література:**Основна:** 1, 2, 7, 9.**Додаткова:** 3, 5, 8.**Семінарське заняття №3.** Методологія текстуального аналізу. Семіотика.

Риторика. (2 год).

Література:**Основна:** 3, 6, 7.**Додаткова:** 4, 7, 8.

Відвідування лекцій	1	3	3	1	1		
Відвідування семінарських занять	1	1	1	3	3	4	4
Відвідування на практичному занятті							
Робота на семінарському занятті	10	1	10	3	30	4	40
Робота на практичному занятті							
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)							
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>			54		74		89
Максимальна кількість балів	217						
Іспит							
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $217 : 60 = 3,6$						

6.2 Завдання для семінарських занять та критерії оцінювання

Змістовий модуль І.

РИНОК МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Семінарське заняття №1. Чотири базових елементи досліджень.

Семплінг (2 год).

Питання до семінару:

1. Назвіть чотири базових елементи дослідження.
2. Що таке «концепція»?
3. Схарактеризуйте функції концепції.
4. Дайте визначення поняттю «змінна».

5. Назвіть рівні вимірювання.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ

Семінарське заняття №2. Аналіз глобального медіаринку (2 год).

Питання до семінару:

1. Охарактеризуйте структуру глобального медіаринку.
2. Назвіть соціальні ознаки інформаційного простору.
3. Значення політичного та правового регулювання медіаринку.
4. Які фактори впливають на національний і глобальний медіаринок?
5. Дайте визначення поняттю «охоплення аудиторії».

Семінарське заняття №3. Методологія текстуального аналізу.

Семіотика. Риторика. (2 год).

Питання до семінару:

1. Дайте визначення поняттю «семіотика».
2. Охарактеризуйте теорію Пірса.
3. Як семіотика використовується в медіа-дослідженнях?
4. Опишіть концепції денотації і конотації.
5. Дайте визначення поняттям «метафора», «метонімія», «синекдоха», «інтертекстуальність».

Семінарське заняття №4. Якісні та кількісні дослідницькі методи.

Інтерв'ю. Фокус-групи (2 год).

Питання до семінару:

1. Функції якісних дослідницьких методів.
2. Слабкі сторони кількісних методів дослідження.
3. Назвіть відмінності між якісною та кількісною методологією.

4. Які інструменти вимірювання використовуються в якісних і кількісних методах.
5. Дайте визначення поняттю «фокус-група».

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА

Семінарське заняття №5. Фреймінг. Agenda setting (2 год).

Питання до семінару:

1. Роль новин у формуванні порядку денного суспільства.
2. Які країни домінують на світовому інформаційному ринку.
3. Дайте визначення поняттю «priming» у медіа.
4. Які події найлегше піддаються праймінгу?
5. Історія рамкового аналізу.

Семінарське заняття №6. Методологія контент-аналізу (2 год).

Питання до семінару:

1. Назвіть одиниці контент-аналізу.
2. Охарактеризуйте методологічні основи кодування тексту.
Маніфестне та інструментальне кодування.
3. Особливості використання латентного кодування.
4. Висновки контент-аналізу. Аналітична записка.
5. Як побудувати вибірку для контент-аналізу?

Семінарське заняття №7. Рейтинг та частка аудиторії. Піплметрові дослідження. (2 год).

Питання до семінару:

1. Мета дослідження ТВ аудиторії.
2. Як вимірюється цифрове телебачення?

3. Як рахується рейтинг програм?
4. Охарактеризуйте поняття «панельне дослідження».
5. Які особливості вибірки ТВ панелі? Що таке репрезентативність вибірки.

Семінарське заняття №8. Експеримент. Крос-секційні дослідження. Лонгітюдні дослідження (2 год).

Питання до семінару:

1. З якою метою проводяться експерименти в медіа-дослідженнях.
2. Опишіть методологію проведення експерименту.
3. Значення контролю за чистотою експерименту.
4. Якими методами можна перевірити отримати результати.
5. Дайте визначення крос-секційним дослідженням.

Критерії оцінювання

При контролі виконання питання до семінарського заняття оцінці можуть підлягати:

- самостійне опрацювання тем згідно плану семінарського заняття в цілому, чи окремих питань;
- опрацювання періодичних видань та іншої додаткової інформації.

Підсумкова кількість балів, набрана студентами за виконання семінарських занять є однією з складових поточної успішності студентів з дисципліни і при виставленні загальної кількості балів за поточну успішність додається до балів, одержаних за виконання інших видів поточної навчальної роботи.

Максимальна кількість балів за семінарське заняття – 10 балів.

6.3 ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

РИНОК МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Тема 1. Медіадослідження в Україні

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. У чому полягає відмінність між повсякденними та науковими дослідженнями?
2. Схарактеризуйте фази розвитку медіадослідження.
3. Назвіть чотири рушійні сили розвитку медіадосліджень.
4. Опишіть відомі вам напрями медіадосліджень.
5. У чому полягає відмінність між діахронними та синхронними дослідженнями.

Тема 2. Методи пізнання: науковий метод, інтуїція, авторитет, звичка.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Назвіть характеристики наукового методу.
2. Опишіть вісім кроків дослідницької процедури.
3. Схарактеризуйте методи збирання інформації.
4. Опишіть емпіричні методи дослідження.
5. Які відмінності між поняттями «індукція» та «дедукція».

Тема 3. Чотири базових елементи досліджень. Семплінг.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Назвіть види репрезентативних і нерепрезентативних вибірок.

2. Дайте визначення поняттю «генеральна сукупність».
3. Як у медіадослідженнях використовуються шкала Лікерта та семантичне диференціювання?
4. Якими бувають змінні?
5. Опишіть особливості «конструкції».

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ

Тема 4. Аналіз глобального медіаринку

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Охарактеризуйте тенденції новинного контенту.
2. Як на розвиток медіа впливають транснаціональні корпорації?
3. Як вимірюється охоплення аудиторії?
4. Схарактеризуйте соціальні ознаки інформаційного простору.
5. Назвіть фактори, які впливають на національний і глобальний ринок.

Тема 5. Методологія текстуального аналізу. Семіотика. Риторика.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Охарактеризуйте теорії Ласвела і Якобсона.
2. Як риторичний аналіз використовується у медіадослідженнях?
3. Опишіть схему Проппа.
4. Які є підвиди семіотичного аналізу?
5. Дайте визначення поняттю «синтагматичний аналіз».

Тема 6. Якісні та кількісні дослідницькі методи. Інтерв'ю. Фокус-групи.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Назвіть переваги і особливості глибинного інтерв'ю в порівнянні зі звичайними.
2. З якою метою проводять глибинні інтерв'ю?
3. Охарактеризуйте методологію проведення фокус-групи.
4. Які завдання фокус-групового дослідження?
5. З якою метою проводяться якісні дослідження медіа?

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА

Тема 7. Фреймінг. Agenda setting

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які типи рамок використовуються у новинах?
2. Опишіть методологію рамкового аналізу.
3. Охарактеризуйте поняття «новинні рамки».
4. Як «рамковий аналіз» використовується у медіадослідженнях?
5. Які відмінності між поняттями «фреймінг» та «agenda setting».

Тема 8. Методологія контент-аналізу.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Дайте визначення поняттям «одиниці тексту контент-аналізу», «одиниці аналізу», «одиниці вибірки», «одиниці кодування», «одиниці контексту», «одиниці референції», «концептуальна категорія», «коефіцієнт Яніса», «редукція».

2. Для чого використовується кодувальна матриця? Назвіть основні елементи кодувальної матриці.
3. Як проводиться процес квантифікації отриманих результатів?
4. Опишіть процедуру проведення контент аналізу.
5. Опишіть методикку організації збору інформації для контен-аналізу.

Тема 9. Рейтинг та частка аудиторії. Піплметрові дослідження.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Назвіть відмінності між рейтингом програми і часткою аудиторії програми.
2. Поясніть поняття «сумарні пункти рейтингу».
3. Схарактеризуйте діяльність Індустріального телевізійного комітету.
4. Назвіть контрольні параметри за якими визначається загальна структура вибірки домогосподарств.
5. Розкрийте значення «нетто вибірка».

Тема 10. Експеримент. Крос-секційні дослідження. Лонгітюдні дослідження.

Відповіді на запитання надсилаються в електронний курс. Питання для самостійного опрацювання:

1. Назвіть типи лонгітюдних досліджень.
2. Дайте визначення поняттю «крос-секційні дослідження».
3. Опишіть методи контролю за чистотою експерименту.
4. Яка структура експерименту?
5. З якою метою проводиться пілотне дослідження?

Критерії оцінювання самостійної роботи:

Студенти надсилають самостійну роботу у електронний курс. Кожне питання оцінюється у 1 бал. Максимальна кількість балів за самостійну роботу – 5 балів.

6.4 ЗАВДАННЯ ДО МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

РИНОК МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді тестування у Центрі мультимедійних технологій (2 год.)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді тестування у Центрі мультимедійних технологій (2 год.)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді тестування у Центрі мультимедійних технологій (2 год.)

Критерії оцінювання МКР

Виконання модульної контрольної роботи передбачає надання відповідей на тести. Кожна модульна контрольна робота містить по 25 тестів. За кожну правильну відповідь на 1 тестове завдання виставляється 1 бал, за неправильну відповідь – 0 балів. Модульна контрольна робота вважається зарахованою, якщо вона оцінена на 10 та більше балів.

До модульної контрольної роботи допускаються студенти, які

відвідали не менше 90% аудиторних занять і отримали не менше 60% від можливої кількості балів за поточну роботу.

Перша модульна контрольна робота містить питання наступних тем: «Медіадослідження в Україні», «Методи пізнання: науковий метод, інтуїція, авторитет, звичка», «Чотири базових елементи досліджень. Семплінг».

Друга модульна контрольна робота охоплює такі теми: «Аналіз глобального медіаринку», «Методологія текстуального аналізу. Семіотика. Риторика», «Якісні та кількісні дослідницькі методи. Інтерв'ю. Фокус-групи».

Третя модульна контрольна робота охоплює наступні теми: «Фреймінг. Agenda setting», «Методологія контент-аналізу», «Рейтинг та частка аудиторії. Піплметрові дослідження», «Експеримент. Крос-секційні дослідження. Лонгітюдні дослідження».

6.5 Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Навчальні досягнення із дисципліни «Дослідження медіаринку: Аналіз медіаринку» оцінюється за єдиною кредитно-трансферною системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використання роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Поточний контроль роботи студентів заочної форми навчання з навчальної дисципліни «Дослідження медіаринку: Аналіз медіаринку» здійснюється за наступними критеріями:

– активність та результативність роботи на практичних заняттях – до 10 балів;

– виконання завдань для самостійного опрацювання – до 5 балів;

Звіт про виконання завдання для самостійної та індивідуальної роботи (реферат, тематична папка) подаються на перевірку до електронного курсу.

Ті студенти, які за результатами поточного контролю отримали 40 і більше балів, допускаються до іспиту.

Критерії оцінювання:

За загальним показником суми балів зароблених студентом протягом семестру поділеної на коефіцієнт – **2,17**.

Форма проведення: *іспит*

Білет к іспиту містить 2 завдання, кожне з яких оцінюється за шкалою (табл. 1):

- 1 теоретичне завдання – до 20 балів включно;
- 2 практичне завдання – до 20 балів;

Максимальна кількість балів, яка може бути отримана студентом на іспиті – 40 балів.

Таблиця 1

Критерії оцінювання знань студентів на іспиті

Оцінка	Критерії оцінювання знань
20 балів	Студент дає правильну вичерпну відповідь на поставлене запитання, при цьому показує високі знання понятійного апарату і літературних джерел, вміє аргументувати свої думки та ставлення до відповідної категорії. Студент правильно розв'язав практичне завдання (задачу), спроможний пояснити методику її розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату та формул.
10 балів	Студент дає правильну вичерпну відповідь на поставлене запитання, переконливо аргументує свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, показав недостатні знання літературних джерел.
5 балів	Студент в цілому відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, показав недостатні знання літературних джерел.
0 балів	Студент дає неправильну відповідь на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел.

6.6 Орієнтовний перелік питань до іспиту.

1. Назвіть базові елементи дослідження.

2. Схарактеризуйте концепцію медіа-досліджень.
3. Опишіть методику використання шкали Лікерта та семантичного диференціювання у медіадослідженнях.
4. Назвіть типи нерепрезентативних та репрезентативних вибірок.
5. Опишіть структуру глобального медіаринку.
6. Схарактеризуйте соціальні ознаки інформаційного простору.
7. Яке значення політичного та правового регулювання медіаринку?
8. Як на розвиток медіа впливають транснаціональні корпорації?
6. Опишіть глобальні тенденції новинного контенту.
7. Охарактеризуйте теорію Пірса.
8. Опишіть концепції денотації і конотації.
9. Дайте визначення поняттям «метафора», «метонімія», «синеκδοχα», «інтертекстуальність».
10. Дайте визначення поняттю «семіотичний аналіз» та опишіть його підвиди.
11. Як риторичний аналіз використовується у медіадослідженнях.
12. Охарактеризуйте теорії Ласвела і Якобсона.
13. Назвіть слабкі сторони кількісних методів дослідження.
14. Опишіть відмінності між якісною та кількісною методологією.
15. Які інструменти вимірювання використовуються в якісних і кількісних методах?
16. Опишіть методологію проведення фокус-групи.
17. Які переваги і особливості глибинного інтерв'ю в порівнянні зі звичайними?
18. Визначте роль новин у формуванні порядку денного суспільства.
19. Як у медіадослідженнях використовується технологія фреймінгу?
20. Опишіть методологію рамкового аналізу.
21. Схарактеризуйте одиниці контент-аналізу.
22. Схарактеризуйте методологічні основи кодування тексту.
23. Як в дослідженнях застосовується маніфестне та інструментальне кодування?
24. Схарактеризуйте особливості використання латентного кодування.

25. Опишіть структуру аналітичної записки.
26. Опишіть методіку організації збору інформації для контент-аналізу.
27. Назвіть етапи процедури проведення контент аналізу.
28. Схарактеризуйте основні елементи кодувальної матриці.
29. Дайте визначення поняттям «одиниці тексту контент-аналізу», «одиниці аналізу», «одиниці вибірки».
30. Дайте визначення поняттям «одиниці кодування», «одиниці контексту», «одиниці референції», «концептуальна категорія», «коефіцієнт Яніса», «редукція».
31. Яка мета дослідження ТВ аудиторії?
32. Назвіть функції та переваги панельних досліджень.
33. Схарактеризуйте особливості вибірки ТВ панелі.
34. Дайте визначення поняттю «репрезентативність вибірки».
35. За якими контрольними параметрами визначається загальна структура вибірки домогосподарств?
36. Схарактеризуйте діяльність Індустріального телевізійного комітету.
37. Назвіть відмінності між рейтингом програми і часткою аудиторії програми.
38. Опишіть методологію проведення експерименту.
39. Яке значення контролю за чистотою експерименту?
40. Якими методами можна перевірити отримані результати?
41. Дайте визначення поняттю крос-секційні дослідження.
42. Назвіть типи лонгїтюдних досліджень.
43. У чому полягає відмінність між повсякденними та науковими дослідженнями?
44. Схарактеризуйте фази розвитку медіадослідження.
45. Назвіть чотири рушійні сили розвитку медіадосліджень.
46. Опишіть відомі вам напрями медіадосліджень.
47. У чому полягає відмінність між діахронними та синхронними дослідженнями.
48. Назвіть характеристики наукового методу.
49. Опишіть вісім кроків дослідницької процедури.

50. Схарактеризуйте методи збирання інформації.
51. Опишіть емпіричні методи дослідження.
52. Які відмінності між поняттями «індукція» та «дедукція».
53. Опишіть процедуру проведення контент аналізу.
54. Опишіть методіку організації збору інформації для контент-аналізу.
55. Для чого використовується кодувальна матриця? Назвіть основні елементи кодувальної матриці.
56. Які відмінності між поняттями «фреймінг» та «agenda setting».
57. З якою метою проводяться якісні дослідження медіа?
58. Які є підвиди семіотичного аналізу?
59. Дайте визначення поняттю «синтагматичний аналіз».
60. Назвіть фактори, які впливають на національний і глобальний ринок

6.7 Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

6. Навчально-методична карта дисципліни «Соціологія та психологія управління медіа»

Разом: 90 год, з них:

8 год. – лекційних,

16 год. – семінарських занять,

6 год. – модульні контрольні роботи.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV
Модулі	Змістовий модуль I					Змістовий модуль II					Змістовий модуль III			
Назва модуля	РИНОК МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ					ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ					МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА			
Кількість	54					74					89			

балів за модуль			
Лекції	Відвідування – 3 б.	Відвідування – 1 б.	Відвідування – 0 б.
Теми лекцій	Тема 1. Медіадослідження в Україні (2 год.) Тема 2. Методи пізнання: науковий метод, інтуїція, авторитет, звичка. (2 год.) Тема 3. Чотири базових елементи досліджень. Семплінг. (2 год.)	Тема 4. Аналіз глобального медіаринку (2 год.)	
Семінарські завдання	Семінарське завдання №1 (2 год.) Чотири базових елементи досліджень. Семплінг. – 10+1б.	Семінарське завдання №2 (2 год.) Аналіз глобального медіаринку – 10+1 б. Семінарське завдання №3 (2 год.) Методологія текстуального аналізу. Семіотика. Риторика. – 10+1 б. Семінарське завдання №4 (2 год.) Якісні та кількісні дослідницькі методи. Інтерв'ю. Фокус-групи – 10+1 б.	Семінарське завдання №5 (2 год.) Фреймінг. Agenda setting – 10+1 б. Семінарське завдання №6 (2 год.) Методологія контент-аналізу – 10+1 б. Семінарське завдання №7 (2 год.) Рейтинг та частка аудиторії. Піплметрові дослідження.– 10+1 б. Семінарське завдання №8 (2 год.) Експеримент. Крос-секційні дослідження. Лонгітюдні дослідження– 10+1 б.
Самостійна робота	Тема 1. (5 год.) Медіадослідження в Україні – 5 б. Тема 2. (5 год.) Методи пізнання: науковий метод, інтуїція, авторитет, звичка.– 5 б. Тема 3. (5 год.) Чотири базових елементи досліджень. Семплінг.– 5 б.	Тема 4. (5 год.) Аналіз глобального медіаринку – 5 б. Тема 5. (5 год.) Методологія текстуального аналізу. Семіотика. Риторика.– 5 б. Тема 6. (5 год.) Якісні та кількісні дослідницькі методи. Інтерв'ю. Фокус-групи.– 5 б.	Тема 7. (5 год.) Фреймінг. Agenda setting – 5 б. Тема 8. (5 год.) Методологія контент-аналізу.– 5 б. Тема 9. (5 год.) Рейтинг та частка аудиторії. Піплметрові дослідження.– 5 б. Тема 10. (5 год.) Експеримент. Крос-секційні дослідження. Лонгітюдні дослідження – 5 б.
Вид поточного контролю	Модульна контрольна робота – 25 б.	Модульна контрольна робота – 25 б.	Модульна контрольна робота – 25 б.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Зеленін В. В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни [Текст]. Т. 1. НЛП ХХ століття / В. В. Зеленін . - Київ : Люта справа, 2015. - 384 с.
2. **Маркетинг** : навчальний посібник / Р. П. Дудяк [та ін.] ; заг. ред. В. В. Липчук ; Міністерство освіти і науки України. - Львів : Магнолія 2006, 2018. - 455 с.
3. **Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження** / Центр вільної преси, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики ; ред.: Р. Блюм [и др.]. - Київ : [б. и.], 2001. - 302 с.
4. **Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід** [Текст] : навч.-метод. посіб. / за ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Баришпольця. - Київ : НАПН України, 2010. - 440 с.
5. **Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід** [Текст] : навч.-метод. посіб. / за ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Баришпольця. - Київ : НАПН України, 2010. - 440 с.
6. **Медіаосвіта та медіаграмотність** [Текст] : підручник / В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк, Д. Ю. Дзюба ; Акад. укр. преси. - Київ : Центр вільної преси, 2012. - 352 с.
7. **Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook)** [електронний ресурс] / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с. Режим доступу:
https://www.academia.edu/35478554/Методологія_досліджень_мас_медіа_робоча_книга_handbook_за_заг_ред_К_Г_Сіріньок_Долгарьової_Запоріжжя_ЗНУ_2017_156_с
8. **Методологія медіа-досліджень**[електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 061«Журналістика» /Д. Губенко. Режим доступу: https://uk.wikibooks.org/wiki/Методологія_медіа-досліджень

9. Череп А. В. Основи маркетингу : навчальний посібник / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп ; Запорізький національний університет. - Київ : Кондор, 2018. - 225 с.
10. Яненко Я. В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія / Я. В. Яненко ; Сумський держ. ун-т. - Суми : Сумський державний університет, 2018. - 300 с.

Допоміжна література

1. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. – М.: Либроком, 2013. – 344 с.
2. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. – М.: Либроком, 2013. – 344 с.
3. Карпова С. В., Мхитарян С. В., Русин В. Н. ; Под общ. ред. Карповой С.В. - Мак. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. Маркетинговый анализ. Теория и практика.- М.:Издательство Юрайт - 2019 - 181с. - ISBN: 978-5-534-05522-1 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/marketingovyy-analiz-teoriya-i-praktika-438593>
4. Костенко Н. В., Иванов В.Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. – К.: Центр вільної преси. – 2003.
5. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – К.:Критика, 2010. – 656 с.
6. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – К.:Критика, 2010. – 656 с.

7. Лепського, О.О. Семенець; відп. ред. К.Г. Сіріньок-Долгарьова. – Запоріжжя: Кераміст, 2017. – 309 с.
8. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія/ за загал. наук. ред. В.В. Березенко, М.А. Лепського, О.О. Семенець; відп. ред. К.Г. Сіріньок-Долгарьова. – Запоріжжя: Кераміст, 2017. – 309 с.
9. Методология и методы медиаисследований / Е.Г. Малышева, О.С. Рогалева. – Омск: Изд-во Ом.гос. ун-та, 2016.
10. Мэтисон Д. Медиа-дискурс: анализ медиа-текстов. Исследование культуры и медиа/ Дональд Мэтисон. – Х.: Гуманитарный центр, 2017. – с. 264
11. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.