

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов

2017 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Медіа-консалтинг

освітній рівень магістр

спеціальність 061 «Журналістика»

освітня програма Видавнича справа та редагування

Інститут журналістики



2017-2018 рік

Робоча програма з курсу «Медіа-консалтинг» для студентів освітнього рівня «магістр» за спеціальністю 061 «Журналістика», галузі знань 06 «Журналістика», освітньої програми «Видавнича справа та редагування», 2017 року. – 21 с.

Укладач: Масімова Лариса Гагівівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол № 1 від 29 серпня 2017 року

Завідувач кафедри видавничої справи  Л. Г. Масімова

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О. А. Росінська

© Університет Грінченка, 2017 рік

© Масімова Л. Г. 2017 рік

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	5
Структура програми навчальної дисципліни	
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	
<i>Змістовий модуль I</i>	8
<i>Змістовий модуль II</i>	9
<i>Змістовий модуль III</i>	10
IV. Навчально-методична карта дисципліни « Медіа-консалтинг»	10
V. Плани семінарських занять	13
VI. Завдання для самостійної роботи	19
VII. Система поточного та підсумкового контролю	23
IX. Методи навчання	25
X. Методичне забезпечення курсу	26
XII. Рекомендована література	27
Основна	
Додаткова	

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Медіа-консалтинг» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено на кафедрі видавничої справи на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів журналістських спеціальностей відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до профілю програми, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Медіаконсалтинг», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета дисципліни – ознайомлення із структурою сучасного медіаконсалтингу та оволодіння прикладними аспектами та інструментарем щодо реалізації і забезпечення медіа-консалтингових процесів.

Завдання дисципліни:

- Ознайомитися із специфікою та особливостями розвитку сучасного ринку консалтингових послуг.
- Вивчити принципи та методи розбудови сучасних процесів медіа-консалтингу.
- Дослідити особливості розбудови сучасних медіа-консалтингових процесів.
- Оволодіти базовим інструментарем та принципами управління сучасними консалтинговими процесами в медіа.
- Вміти використовувати на практиці інноваційні технології медіа-консалтингу.

Під час семінарських занять та самостійної роботи студенти формують такі **програмні компетентності:**

- можливість пропонувати комплекс спеціалізованих, аналітичних послуг, що дають змогу просувати інформаційні продукти в медіасередовищі;

- здатність створювати стратегію розвитку видавничого бізнесу;
- здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту;
- розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль) ;
- здатність до маркетингу видавничого проекту;
- здатність до добору і навчання персоналу;
- здатність формувати корпоративну ідентичність видавництва;
- здатність розвивати медіапідприємство в глобалізованому середовищі;
- здатність генерувати нові ідеї для просування інформаційного продукту.

Програмні результати вивчення курсу «Медіаконсалтинг» :

- демонструвати вміння використовувати інструментарій медіа-консалтингу в практичній діяльності;
- пропонувати комплекс спеціалізованих, аналітичних послуг;
- виявляти здатність розробляти програму просування інформаційних продуктів в медіасередовищі;
- демонструвати здатність створювати стратегію розвитку видавничого бізнесу.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 години 4 кредита ECTS.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 120 год., із них 12 год. – лекції, 20 год. – семінарські заняття, 80 год. – самостійна робота, 8 год. – модульний контроль.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Медіа-консалтинг» завершується заліком.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є термінологічний апарат медіа-консалтингу, структурний аналіз технологій та інструментів медіа-консалтингу.

Курс:	Спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>4 кредити</i> Змістові модулі: <i>3 модулі</i> Загальний обсяг дисципліни (години): 120 <i>годин</i> Тижневих годин: <i>2 години</i>	Шифр та Назва галузі знань спеціальність 061 «Журналістика» освітня програма «Видавнича справа та редагування», Освітній рівень <i>"магістр"</i>	Нормативна Рік підготовки: 1. Семестр: 1. Аудиторні заняття: 32 <i>години, з них:</i> Лекції: 12 години Семінарські заняття: <i>20 години</i> Модульні контрольні Роботи: 8 години Самостійна робота: <i>80 годин</i> <i>Залік</i>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	Самостійна робота	Підсумковий контроль
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.							
Медіа-консалтингу як сегменту ринку інтелектуальних послуг							
1.	Специфіка медіа-консалтингу як сегменту ринку інтелектуальних послуг	2	2	2			
2	Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу	2	2	2			
3.	Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу	24	4		4	20	
	Модульна контрольна робота	2					2
Разом		30	8	4	4	20	2
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІ.							
Інноваційні технології медіа-консалтингу							
4.	Технології медіа-консалтингу	28	8	4	4	20	
5.	Технології введення інновацій у медіа-бізнес	24	4		4	20	
	Модульна контрольна робота	4					4
Разом		56	12	4	8	40	4
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІІ.							
Медіа-консалтинг у видавничій справі							
6.	Тенденції розвитку медіа-консалтингу	18	8	4	4	10	
7.	Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства	14	4		4	10	
	Модульна контрольна робота	2					2
Разом		34	12	4	8	20	2
Разом за курс		120	32	12	20	80	8

ІІІ. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І МЕДІА-КОНСАЛТИНГ ЯК СЕГМЕНТ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Лекція 1. Специфіка медіа-консалтингу як сегменту ринку інтелектуальних послуг

Підходи до визначення поняття “консалтинг”. Сфера консалтингових послуг як складник світової економіки . Класифікації консалтингових послуг. Типологія сучасних консалтингових послуг. Ринок послуг медіаконсалтингу

Лекція 2. Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу

Нові професії у медіа-сфері. Контент-продюсер. Контент-редактор. Редактор соцмереж. Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу

Семінарське 1- 2. Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МЕДІАКОНСАЛТИНГУ

Лекція 3-4. Технології медіаконсалтингу

Стратегічне планування у медіа-організації. Сторителлінг. Технології крос-медійних проєктів. Каунселінг як особлива сфера неметодичних порад консультанта з управління. Коучинг як індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником. Контент-маркетинг як технологія. Технологія управління медіа-проєктом.

Семінарське 3-4. Технології медіаконсалтингу

Семінарське 5- 6 . Технології введення інновацій у медіа-бізнес

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІІ МЕДІА-КОНСАЛТИНГ У ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ

Лекція 5-6. Тенденції розвитку медіа-консалтингу

Розвиток ринку медіа-консалтингу. Послуги, що пропонують українські видавництва у сфері медіа консультування. Літературні агенції: перспективи розвитку.

Семінарське 7-8. Тенденції розвитку медіа-консалтингу

Семінарське 9-10. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства

IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

«МЕДІА-КОНСАЛТИНГ»

Разом: 120 год., з них лекцій – 12 год., семінарські заняття – 20 год.,
самостійна робота – 80 год., мк – 8 год.

Тиждень	I	II	III	IV
Модулі	Змістовий модуль I			
Кількість балів за модуль	54			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Специфіка медіа-консалтингу як сегменту ринку інтелектуальних послуг	Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу		
Теми семінарських занять			Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу (10 балів)	Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу (10 балів)
Самостійна робота,				(5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			
Тиждень	V	VI	VII	VIII
Модулі	Змістовий модуль II Технології медіаконсалтингу			
Кількість балів за модуль	76			
Лекції	5	6	7	8
Теми лекцій	Технології медіа-консалтингу	Технології медіа-консалтингу		
Теми семінарських занять	Технології медіа-консалтингу (10 балів)	Технології медіа-консалтингу (10 балів)	Технології введення інновацій у медіа-бізнес (10 балів)	Технології введення інновацій у медіа-бізнес (10 балів)
Самостійна робота,			(5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			

Тиждень	I X	X	XI	XII
Модулі	Змістовий модуль III			
Кількість балів за модуль	101			
Лекції	9	10	11	12
Теми лекцій	Тенденції розвитку медіа-консалтингу	Тенденції розвитку медіа-консалтингу		
Теми семінарських занять	Тенденції розвитку медіа-консалтингу (10 балів)	Тенденції розвитку медіа-консалтингу (10 балів)	Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства (10 балів)	Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства (10 балів)
Самостійна робота		(5 балів)		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів) Модульна контрольна робота 4 (25 балів)			
Всього	231 балів			

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

МЕДІА-КОНСАЛТИНГУ ЯК СЕГМЕНТ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Семінарське 1- 2. Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу

1. Консалтинг як елемент виробничої інфраструктури медіа підприємства.
2. Визначення, сутність та види консалтингової діяльності у медіа.
3. Принципи медіаконсалтингу.
4. Розробити аргументи для конкретного видавництва за використання консультативного агентства та аргументи проти використання консультативного агентства.
5. Ринок консультативних медіапослуг.
6. **Комплексне завдання:** проаналізувати палітру консалтингових послуг конкретного зарубіжного медіапідприємства (результати оформити у вигляді есе).

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

1. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
2. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
3. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво ”Центр учбової літератури”, 2009. – 440

Інтернет-джерела:

1. Галушкова О. О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / О. О. Галушкова // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 111-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_47.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МЕДІАКОНСАЛТИНГУ

Семінарське 3-4. Технології медіаконсалтингу

1. Етапи стратегічного планування.
2. Вимоги до оформлення плану.
3. Структура маркетингового плану.
4. Інструменти контролю успішності стратегічного плану.
5. Стратегічний аудит медіаорганізації.
6. **Ділова гра.** Робота у групах. Розробити стратегічний план видавництва за схемою:
 - a) формування стратегічних цілей: візії, місії та цінностей;
 - b) бізнес-плану;
 - c) організаційна структура видавництва;
 - d) маркетинговий план,
 - e) репертуарна стратегія;
 - f) планування промоційної кампанії;
 - g) вибір інструментів контролю стратегічного плану.
7. Специфіка планування **івент** заходів для медіа-організацій:
 - a) Корпоративні свята (Дні народження, корпоративні професійні свята, тощо).
 - b) Ділові заходи (конференції, семінари, тренінги).
 - c) Тімбіндинг (квести, ділові ігри тощо).
 - d) **Комплексне завдання:** Розробити івент захід для просування видавництва.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.

Допоміжна:

1. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
2. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво ”Центр учбової літератури”, 2009. – 440
3. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
4. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях (навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.
5. Управління проектами: Керівництво з ключових процесів, моделей і методів/ Наук. ред. Т.В. Герасимова. - Дп.: Баланс Бізнес Букс, 2006. - 224 с.

Інтернет-джерела:

1. Левіщенко О. С. Проблеми оцінки ефективності управлінського консалтингу / О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 333-337. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2012_9_82.

2. Рибаківа Т. О. Особливості реалізації консалтингового проекту / Т. О. Рибаківа // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 39-44. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2010_4_7.

Семінарське 5- 6 . Технології введення інновацій у медіа-бізнес

1. Формування інноваційної стратегічної ідеї.
2. Життєвий цикл нововведення медіа-організації (створити схему).
3. Стратегія змін.
4. **Написати наукове есе на тему:** “Стратегії інноваційної діяльності видавництва”.
5. **Комплексне завдання:** презентація стратегії інноваційної діяльності конкретного видавництва.
6. **Комплексне завдання:** Корпоративне видання як проект. Презентація кейсу корпоративного видання.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Допоміжна:

1. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
2. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво ”Центр учбової літератури”, 2009. – 440
3. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
4. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях(навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III МЕДІА-КОНСАЛТИНГ У ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ

Семінарське 7-8. Тенденції розвитку консалтингу

1. Структура послуг літературних агенцій.
2. Оцінити можливості розвитку літературних агенцій на сучасному українському ринку.
3. **Комплексне завдання:** Написати супровідні тексти (синопсиси, анотації, інформаційні матеріали) до конкретного видавничого продукту.
4. Створити алгоритм інтернет-просування видавничого продукту.
5. Спонсорство як інструмент маркетингових комунікацій.
6. **Комплексне завдання:** Презентація проекту просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу.
7. Контент ефективної SMM – стратегії (створити інструкцію).
8. Вимоги до вірусного контенту.

Література

Основна:

1. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
2. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Допоміжна:

1. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
2. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях (навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.

Інтернет-джерела:

3. Галушкова О. О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / О. О. Галушкова // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 111-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_47.

Семінарське 9-10. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства

1. Видавничий стартап.
2. **Ділова гра:** Конкурс ідей для стартапу у медіа сфері .
3. Загальна стратегія контент-маркетингу як послуги видавничого підприємства.
4. **Написати есе на тему:** “Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства” **або** “Перспектива розвитку літературних агенцій на сучасному українському ринку”.

5. Розробити кейс трансмедійного проекту

ТЕМИ:

- Освітній профорієнтаційний проєкт: журналістські професії
- Фестиваль «**Smart Blog**»
- Круглий стіл «Тенденції розвитку журналістики спільнот»
- Конкурсу серед блогерів, журналістів спільнот, просьюмерів «**Campus bloggers**»
- Видавничий стартап.
- Фестиваль «**Book fashion**»
- Конкурс «Коронація слова (дорослі для дітей)»

Етапи розробки кейсу:

1. Підготовчий етап (дослідження ринку та аудиторії)
2. Визначити ціль проєкту.
3. Розробити бізнес ідею як структурований проєкт (логічне дерево).
4. Аналіз можливих проблемних ситуацій та шляхів їх вирішення.
5. Реалізація проєкту.
6. Резюме.
7. Захист проєкту.

Структура кейсу:

1. НАЗВА (стисло в одному реченні сутність кейсу).

2. ЛОГО ПРОЕКТУ

3. ОПИС ПРОЕКТУ:

Загальний обсяг – 3-10 сторінки (без врахування додатків)

- місія;
- формулювання цілей проєкту;
- опис технологій;
- загальна концепція (сюжет) проєкту;
- стратегія спілкування з замовником.

5. РІШЕННЯ ПРОБЛЕМНОЇ СИТУАЦІЇ:

- обґрунтування рішення;
- обґрунтування альтернативних рішень;
- можливі організаційні/технічні труднощі під час реалізації проєкту;
- як ці труднощі були подолані;
- скільки **коштів, часу, інших ресурсів** було витрачено задля реалізації проєкту.

8. РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ:

- детальний опис результатів, з використанням цифр, показників;
- додатки

9. ПІДСУМКИ: висновок замовника проєкту.

10. ДОДАТКИ (якщо є).

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Допоміжна:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко [4-те видання доповнене]. – Київ: Лібра, 2006. – 717 с.
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: ХНЕУ, 2000. — 360 с.
3. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
4. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво ”Центр учбової літератури”, 2009. – 440
5. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
6. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях (навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.

Інтернет-джерела:

1. Левіщенко О. С. Проблеми оцінки ефективності управлінського консалтингу / О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 333-337. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2012_9_82.
2. Рибаківа Т. О. Особливості реалізації консалтингового проекту / Т. О. Рибаківа // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 39-44. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2010_4_7.

Модульна контрольна № 3

Модульна контрольна № 4

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I. (30 год.)

Семінарське 1-2. Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу

1. Розробити кейс для корпоративного видання.

Змістовий модуль II. (30 год.)

Семінарське 5-6. Технології введення інновацій у медіа-бізнес

2. Розробити стратегію інноваційної діяльності конкретного видавництва.

Змістовий модуль III. (26 год.)

Семінарське 9-10. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства

1. Розробити проект просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I (30 год.)			
Самостійна робота 1-2. Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	I- II
Змістовий модуль II (30 год.)			
Самостійна робота 5-6. Технології введення інновацій у медіа-бізнес	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	VII
Змістовий модуль III (26 год.)			
Самостійна робота 9-10. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	VIII
Разом: 80 год.	Разом: 15 балів		

Таблиця 7.1

Критерії оцінювання ІНДЗ

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Дослідження ринку та аудиторії	4 балів
2.	Формулювання ціди	4 балів
3.	Практична цінність та оригінальність проекту	6 балів
4.	Реалізація проекту	8 балів
5.	Резюме	4 балів
6.	Презентація проекту	4 балів
Разом		30 балів

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Медіа-консалтинг». Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Медіаконсалтинг» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової 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 (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	6	6
2	Відвідування семінарських занять	1	10	10
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	3	15
4	Робота на семінарському занятті	10	10	100
5	Модульна контрольна робота	25	4	100
Максимальна кількість балів 231				

Розрахунок: $231:100=2,3$

Студент набрав: 212 балів

Оцінка: $212:2,3 = 90$ балів А (зараховано)

Методи контролю

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Таблиця 8.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 - 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 - 81	«добре»	C
82– 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

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

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

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

IX. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні*: проекти.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення проблемних ситуацій, робота над груповими проектами.

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);

ХІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

Друківані:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Допоміжна:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко [4-те видання доповнене]. – Київ: Лібра, 2006. – 717 с.
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: ХНЕУ, 2000. — 360 с.
3. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
4. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво "Центр учбової літератури", 2009. – 440
5. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
6. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях(навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.
7. Управління проектами: Керівництво з ключових процесів, моделей і методів/ Наук. ред. Т.В. Герасимова. - Дп.: Баланс Бізнес Букс, 2006. - 224 с.

Інтернет-джерела:

1. Галушкова О. О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / О. О. Галушкова // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 111-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_47.
2. Левіщенко О. С. Проблеми оцінки ефективності управлінського консалтингу / О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 333-337. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2012_9_82.
3. Рибаківа Т. О. Особливості реалізації консалтингового проекту / Т. О. Рибаківа // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 39-44. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2010_4_7.