

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов

2019 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

«Ефективне просування теле- та радіопроєктів»
для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня магістерського
освітньої програми «Видавнича справа та редагування»

Київ – 2019

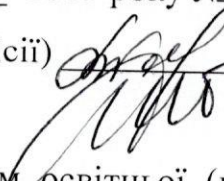


Розробники: Сардарян К.Г., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Сардарян К.Г., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

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

Протокол від « 29 » 08 2019 року № 1

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

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____


____ . ____ 20 ____ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (В. І. Шпак)

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 № ____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
Змістовий модуль: Ефективне просування теле- та радіопроєктів		
	Денна	
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська	
Курс	6	
Семестр	11	
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі	120	
Аудиторні	32	
модульний контроль	8	
семестровий контроль	30	
самостійна робота	50	
форма семестрового контролю	Іспит	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В сучасних умовах конкурентного ринку недостатньо створити хороший продукт, необхідно вірно визначити цінову політику і забезпечити якісну дистрибуцію товару. Компанія повинна зробити так, аби споживачі про товар дізналися, більш того, зацікавилися ним і спробували. Будь-який, навіть самий хороший товар, в сучасних умовах виявиться незатребуваним без належного комплексу просування. Тому сучасні медіа мають приділяти більше уваги цій маркетинговій складовій – просуванню.

Завдання курсу:

- розглянути поняття просування проєктів в цілому, елементи, засоби, методи просування теле- та радіопродуктів, а також відмінності у просуванні проєктів;
- вивчити методи маркетингових комунікацій;
- провести порівняльний аналіз методів визначення бюджету на просування;
- на основі отриманої інформації навчитись розробляти програми просування медіапроєктів;
- вміти використовувати одержані знання у практичній професійній діяльності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Ефективне просування теле- та радіопродуктів» студент знатиме :

- теоретичні аспекти просування проєктів;
- поняття і види просування медіапродуктів;
- маркетингові стратегії медіакомпаній;
- особливості процесів медіапроєктування;
- специфіку розробки медіапроєкту;
- методи і форми роботи над сучасними медіапроєктами.

Студент умітиме:

- застосовувати методику проєктування, виконуючи аналіз і практичну розробку тематичних напрямів діяльності ЗМІ;
- створити ідею медіапроєкту і запропонувати шляхи її реалізації;
- розробити та оформити проєкт, забезпечивши його презентацією та додатковими формами візуалізації; просувати теле- та радіопроекти.

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетентності:**

ФК-5 – здатність керувати виробничим процесом щодо створення та просування медіапроєктів. Здатність контролювати якість інформаційного продукту. Здатність вести базовий бюджет роботи відділу чи редакції. здатність самостійно розробляти проєкти шляхом творчого застосування наявних та/або генерування нових ідей; здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог;

ФК-6 - здатність генерувати нові ідеї для просування інформаційного продукту;

ПРН-8 – застосовувати на практиці знання з основ авторського та трудового законодавства; порядку укладання та виконання авторських договорів; захисту інтелектуальної власності; нормативних актів та методичних рекомендацій з регламентації діяльності творчих працівників.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Медіапроекування як процес							
Тема 1. Сучасні медіапроекти.	12	2	2				8
Тема 2-3. Етапи медіапроекування.	14	2	4				8
Тема 4-5. Форми і методи сучасного медіапроекування.	4		4				8
Модульний контроль	2						
Разом	32	4	10				24
Змістовий модуль II. Розробка медіапроекту як індивідуальна творчість							
Тема 6-7. Розробка медіапроекту як індивідуальна творчість.	16		4				6
Тема 8 -9. Ідея проекту та його впровадження.			4				6
Тема 10-11 Команда проекту та її ролі.			4				4

Тема 12-14. Просування теле- та радіопроектів.			6				10
Модульний контроль	6						
Разом	4	0	18	-	-	-	26
Семестровий контроль	30						
Усього	120	4	28				50

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І

МЕДІАПРОЄКТУВАННЯ ЯК ПРОЦЕС

Лекція 1. Сучасні медіапроекти. – 2 год.

Ознайомлення з різноманітними формами і видами медіа проектів у сучасній комунікаційній та інформаційній системах. Аналіз найбільш ефективних і значущих проектів у галузі медіа, дослідження західного і вітчизняного медіаринку. Критеріями відбору проектів є: специфічні характеристики; ступінь успіху проекту; ступінь задоволення потреб аудиторії; професіоналізм команди, що працювала над проектом.

Література основна: 6, 8, 11.

Семінар 1. Сучасні медіапроекти. – 2 год.

Аналіз зазначених медіапроектів, визначення їх плюсів та недоліків, пропозиції щодо просування продукту. Робота оформляється як доповідь-презентація та обговорюється на практичних заняттях.

Лекція 2. Етапи медіапроектування. – 2 год.

Студенти опрацьовують етапи медіапроектування, спираючись на наступні характеристики: специфіка медіапроекту і його визначення як спеціальної форми організації діяльності в медіапросторі; використання специфічних засобів і спеціалізованих методів проектування; обґрунтування ідеї і теми проекту, її актуалізація та економічна визначеність; підбір команди проекту і фінансове забезпечення проектних робіт; проектне мислення як фактор успішності проекту, формування проектного мислення; дизайн медіапроекту і вибір спеціальних ефектів.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Семінар 2-3. Етапи медіапроектування. – 4 год.

Установче заняття: цілі та завдання проектної діяльності, проектна тематика і жанри майбутніх проектів, мотивування доцільності активного просування медіапродуктів.

Література основна: 4, 5, 6, 8, 11.

Семінар 4 - 5. Форми і методи сучасного медіапроектування. – 4 год.

Студенти аналізують форми сучасних медіапроектів на прикладах обраних самостійно (1-2) і запропонованих викладачем (1-2) медіапроектів реального медіапростору. Аналіз будується на контент-аналітичних дослідженнях з урахуванням виділених самостійно критеріїв. Аналітичне дослідження оформляється у вигляді доповіді і доповнюється розробленими етапами авторського медіапроекту.

Література основна: 3, 6 -9, 10, 11.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

РОЗРОБКА МЕДІАПРОЄКТУ

ЯК ІНДИВІДУАЛЬНА ТВОРЧІСТЬ

Семінар 6 - 7. Розробка медіапроєкту як індивідуальна творчість. – 4 год.

Студенти розробляють самостійні авторські медіапроєкти на основі проаналізованих тематичних і проблемних напрямків сучасного медіапростору (вітчизняного і зарубіжного). Авторський медіапроєкт включає як обов'язкові розділи обґрунтування теми, технічне завдання, проблемний простір проєкту і способи вирішення поставленої проблеми. Медіапроєкт оформляється як презентація і захищається на практичному занятті.

Література: 1, 2, 10 – 14.

Семінар 8 – 9. Ідея медіапроєкту та її практичне впровадження. – 4 год.

Студенти аналізують різноманітні ідеї медіапроєктів в сучасному вітчизняному та зарубіжному медіапросторі. Ідея проєкту формулюється за результатами дослідження і пропонується програма її впровадження з використанням її широкої підтримки в нових медіа. Робота завершується в формі письмового есе.

Література: 1, 2, 6 – 14.

Семінар 10 - 11. Команда проєкту та її ролі. – 4 год.

Заняття проходить у формі ділової гри: "Ідеї просування", в рамках якої студентами вирішується проблема вибору методів просування 10 запропонованих ідей різних медіапроєктів. Ділова гра завершується виробленням рекомендацій щодо просування ідей медіапроєктів.

Студенти складають презентації програм просування медіапроєкту, створеного ними під час вивчення курсу. Проєкти-презентації беруть участь в своєрідному конкурсі з експертною оцінкою фахівців в галузі медіапроєктування. За результатами конкурсу складається віртуальна програма просування медіапроєкту і розміщується на сторінці в соціальній мережі.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть Балів
Відвідування лекцій	1	2	4	-	-
Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
Робота на семінарському занятті	10	4	40	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25

роботи					
Разом:			86		47
Максимальна кількість балів	137				
Розрахунок коефіцієнта	137:60=2,28				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль I

Медіапроекування як процес

Тема 1.

А) Запропонуйте методи боротьби за увагу споживача теле-, радіо продуктів.

В). Зазначте способи залучення нової аудиторії та рекламодавців (наведіть приклади на матеріалі теле- та радіопроектів).

Тема 2-3.

I. Проаналізуйте маркетингову складову наступних програм:

а) «Новини» (наприклад, ТСН («1 1»), «Подробности» («Інтер»), «Факти» («ICTV»);

б) авторські програми (наприклад, «Ткаченко.іа» («1 1»), «Республіка» («5 канал»); в) реаліті-шоу («Міняю жінку», «Пекельна кухня» («1 1»), «Холостяк» (СТБ));

д) програми та шоу, зняті за ліцензією («Голос країни» («1 1»), «Україна має талант», «Х-фактор» («СТБ»), «Фабрика зірок» («Новий канал»).

II. Зазначте плюси та мінуси запропонованих програм, назвіть конкурентні переваги, обґрунтуйте прикладами.

Тема 4-5.

Проаналізуйте теле- та радіо продукти на предмет дотримання морально-етичних норм, прокоментуйте вплив конфліктних ситуацій, діалогів на просування конкретного продукту (відповідь обґрунтуйте прикладами).

Змістовий модуль II

Розробка медіапроєкту як індивідуальна творчість

Тема 6-7.

Охарактеризуйте та наведіть приклади:

- креатив в медіапроєкті, його значення;
- збитки проєкту: природа, послідовність дій для їх ліквідації;
- основних ризику медіапроєкту і шляхи їх нівелювання.

Тема 8-9.

1. Клієнтська база проєкту: коротка характеристика, технологія створення та розвитку.
2. Технологія роботи з претензіями клієнтів: зміст, послідовність дій, завдання і цілі.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Контрольна модульна робота включає:

1. Два завдання (теоретичне та аналітичне);
2. Два питання для перевірки самостійно виконаних завдань.

Критерії оцінювання:

1. Завдання: за кожну повну відповідь - 10 б.
2. Кожне з питань для перевірки самостійно виконаних завдань - 7,5 б. (макс.), для цього вони мають відповідати наступним критеріям:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкова робота складається з двох завдань, що передбачають теоретичне питання та аналітичне завдання. За результатами підготовки до Підсумкової роботи студент отримує **підсумкову оцінку до 40 балів**, яка розраховується як сума оцінок за підготовку 1 теоретичного питання (до 20 балів) та 2 практичного завдання (до 20 балів).

Наукове завдання являє собою самостійну аналітичну роботу обсягом 1200-1500 слів, з однієї із представлених нижче тем. Методичні рекомендації: 1) відповідь на питання починається з чітко сформульованої проблеми і містить обґрунтування проблемної ситуації; 2) есе носить на 50% аналітичний, на 50% описовий характер, необхідна чіткість аргументації позиції автора; аналітичне завдання – аналіз реального стану

проблеми в межах вітчизняного (закордонного) товарного медіаринку, що зазначається в роботі; 3) проєкт передбачає знання рекомендованої до теми літератури та пошук нових джерел; 4) автору необхідно самостійно сформулювати висновки.

Критерії оцінювання завдань:

- глибоке знання змісту дисципліни «Ефективне просування теле- та радіопроектів» і здатність використання теорії на практиці; вміння залучати елементи регулярного менеджменту до просування медіа продукції;
- знання термінологічного апарату менеджменту, маркетингу, комунікативних технологій та застосування зазначених навичок для просування теле- та радіопродуктів;
- вміння створювати власні мініпроекти та здатність їх просувати на доступних майданчиках;
- визначення ризиків медіапроекту;
- здатність залучати нову аудиторію та рекламодавців до проєкту;
- готовністю кваліфіковано виконувати організаційно-управлінські функції, ефективно використовуючи знання в царині медіаменеджменту.

6.5. Питання до підсумкового контролю

1. Визначення понять «модель», «бізнес-модель», «бізнес-процес».
2. Основні методики і нотації, які використовуються при моделюванні бізнес-процесів
3. Креатив в медіапроекті, його значення.
4. Маркетингова політика сучасного мас-медіа: основні характеристики.
5. Базові комунікації з аудиторією мас-медіа, основні характеристики.
6. Робота з контентом як бізнес-процес.
7. Редакційні ноу-хау. Спеціальні проекти видання: типологія, основні характеристики.
8. Інформація як головний галузевий продукт: основні характеристики.
9. Проекти мас-медіа та особливості їх моделювання.
10. Поняття робочого середовища, його значення для проекту.
11. Характеристика ключової бізнес-моделі мас-медіа
12. Визначення контурів проекту мас-медіа: розкрийте зміст понять «тип», «ключова ідея», «концепція», «формат», «аудиторія».
13. Вироблення концепції мас-медіа як фундаментальна умова створення нового ЗМІ: зміст, структура, основні характеристики, послідовність створення.
14. Формат мас-медіа як виробничий стандарт: базові характеристики, послідовність створення.
15. Проблема «інтегральної компетенції» в медіапроекті: природа її виникнення, шляхи і методи вирішення.
16. Правове оформлення нового медіапідприємства.
17. Субконтрактний «пояс» проекту мас-медіа: основні характеристики, значення.
18. Аудиторія мас-медіа: технологія її створення, розширення, поліпшення якісних характеристик.
19. Первинний маркетинговий пакет для рекламодавця: основні характеристики.
10. Випуск «пілота» нового ЗМІ: цілі і завдання.
11. Технологія створення прайс-листа медіапроекту, його структура.
12. Типи структур організації.
12. Концепт штатного розкладу: зміст, структура, значення для створення основних бізнес-процесів проекту.
13. Штатний розклад проекту: структура, зміст.
14. Трудовий договір (угода): правовий статус, структура, зміст.

15. Створення системи оплати праці в проєкті на основі чинного законодавства.

16. Система оплати праці творчого (журналістського) колективу: зміст, структура, основні принципи.

17. Клієнтська база проєкту: коротка характеристика, технологія створення та розвитку.

18. Технологія роботи з претензіями клієнтів: зміст, послідовність дій, завдання і цілі.

19. Оцінка і контроль ефективності медіа плану.

20. Принципи планування медіа-стратегії.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Варіант 1

1. Зазначте основні ризики проєкту і шляхи їх нівелювання (збитки проєкту: природа, послідовність дій для їх ліквідації).

Варіант 2

У вас виникла ідея медіапроєкту, викладіть стисло послідовність дій щодо її перетворення в діючий проєкт

Варіант 3.

Клієнтська база медіапроєкту: коротка характеристика, технологія створення та розвитку. Технологія роботи з претензіями клієнтів: зміст, послідовність дій, завдання і цілі.

6.6. 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

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 120 год., з них: лекційні – 4 год., семінарські – 28 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 50 год., семестровий контроль – 30 год.

Тиждень	I			IV	V
Модулі	Змістовий модуль I Медіапроекування як процес			Змістовий модуль II Розробка медіапроєкту як індивідуальна творчість	
Лекції	1. Сучасні медіапроєкти. 2. Етапи медіа проєкування			_____	_____
Теми семінарських занять	1 Сучасні медіапроєкти. - 5 б.	Етапи медіапроєкування.-5 б	Етапи медіапроєкування.- 5 б.	Розробка медіапроєкту як індивідуальна творчість - 5 б. Команда проєкту – 5 б.	Ідея проєкту та її впровадження – 11 б. Впровадження проєкту – 10 б.
Самостійна робота	Методи боротьби за увагу споживача. - 5 б.	Способи залучення аудиторії. - 5 б.	Маркетингові стратегії компанії 5 б.	Креатив проєктів; ризики проєктів”- 5 б.	Клієнтська база, технології створення- 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (10 балів)			Модульна контрольна робота (10 балів)	
Підсумковий контроль	Іспит 40 балів				

8. Рекомендовані джерела:

1. Батенко Л. П. Управління проектами : навч. посібник / Л. П. Батенко, О. А. Загородніх, В. В. Ліщинська. – К. : КНЕУ, 2003. – 231 с.
2. Гонтарева І. В. Управління проектами : підручник / І. В. Гонтарева ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2011. – 444 с.
3. Мазур И. И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление проектами : учебное пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге ; под общ. ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2004. – 664 с.
4. Ноздріна Л. В. Управління проектами : підручник / Л. В. Ноздріна, В. І. Яшук, О. І. Полотай ; за заг. ред. Л. В. Ноздріної. – К. : ЦНЛ, 2010. – 432 с.
5. Проектний менеджмент : просто про складне : навч. посібник / В. А. Верба, Л. П. Батенко, О. М. Гребешкова та ін. ; за заг. ред. В. А. Верби. – К. : КНЕУ, 2009. – 299 с.
6. Рач В. А. Управління проектами : практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку : навч. посіб. / В. А. Рач, О. В. Россошанська, О. М. Медведєва ; за ред. В. А. Рача. – К. : «К.І.С.», 2010. – 276 с.
7. Тарасюк Г. М. Управління проектами : навч. посібник для студентів ВНЗ / Г. М. Тарасюк. – 3-тє вид. – К. : Каравела, 2012. – 320 с.
8. Тянь Р. Б. Управління проектами : підручник / Р. Б. Тянь, Б. І. Холод, В. А. Ткаченко. – К. : ЦНЛ, 2003. – 224 с.
9. Ульянченко О. В. Дослідження операцій в економіці : підручник / О. В. Ульянченко. – Х. : Гриф, 2002. – 580 с.
10. Управління проектами : навч. посібник / за ред. О. В. Ульянченка, П. Ф. Цигікала. – Х. : ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2010. – 522 с.
11. Збараська Л.О. Управління проектами: навч. посібник / Л.О. Збараська, В.С. Рижиков, І.Ю. Єрфорт– К.: Центр навч. літ-ри, 2008. – 168 с.
12. Ньютон Р. Управление проектами от А до Я / Ричард Ньютон: пер. с англ. – М.: Альпина бизнес букс, 2007. – 180 с.

13. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK) – 3-е изд. – PA (Пенсильвания): Project Management Institute, 2004. – 401 с.
14. Хэлдман Ким. Управление проектами. Быстрый старт/ Ким Хэлдман ; пер. с англ. Ю. Шпаковой; под. ред. С.И. Неизвестного. – М.: ДМК Пресс; Академия АйТи, 2007. – 352 с., ил.

Розробник: @Сардарян К.Г, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа