

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

 О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2020 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### МЕНЕДЖМЕНТ ТЕЛЕРАДІОКОМУНІКАЦІЙ

для студентів

Спеціальності	<i>061 Журналістика</i>
Освітнього рівня	<i>другого (магістерського)</i>
Освітньої програми	<i>061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»</i>

*Промислова  
Гата / протокол*

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Ідентифікаційний код 02136554	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Проголосовано № <i>06/50/20</i>	
<i>Гусак</i> (підпис)	(прізвище, ініціали)
«    »	20 <i>20</i> р.

Київ - 2020

**Розробник:**

**Гоян Олесь Яремович**, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладач:**

**Гоян Олесь Яремович**, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 26 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

\_\_\_\_\_ 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



Проректор з науково-методичної та навчальної роботи  
О. Б. Жильцов  
« 11 » 09 2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
МЕНЕДЖМЕНТ ТЕЛЕРАДІОКОМУНІКАЦІЙ

для студентів

Спеціальності	061 Журналістика
Освітнього рівня	другого (магістерського)
Освітньої програми	“Реклама і зв'язки з громадськістю”

2019



**Розробник:**

**Гоян Олесь Яремович**, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

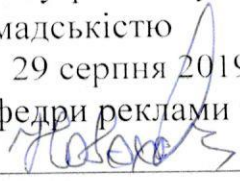
**Викладач:**

**Гоян Олесь Яремович**, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 29 серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

\_\_\_\_\_ 

Л.М.Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

\_\_\_\_\_ 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми

\_\_\_\_\_  Л.М.Новохатько

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи

\_\_\_\_\_ 

О.А.Росінська

Пролонговано

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_



## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	120	-
Курс	2	-
Семестр	3	-
Кількість змістових модулів з розподілом	3	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	32	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	80	-
Форма семестрового контролю	Залік	-

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент телерадіокомунікацій» є формування знань про систему управління в телерадіокомпаніях різних форм власності, вироблення практичних навичок телерадіоменеджменту на різних управлінських рівнях.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є набуття та засвоєння студентами необхідних теоретичних знань та практичних навичок створення промо- та телерадіопродуктів художньо-публіцистичних жанрів, монтажу телерадіо- і промо-продуктів, створення медіабренда, заходів із планування та розміщення телерадіопродуктів в ефірі, проведення промозаходів. з'ясувати сутність поняття «менеджмент телерадіокомунікацій». А також:

- ознайомити студентів з особливостями сучасного телерадіоменеджменту;
- ознайомити з основними поняттями й технологіями менеджменту телерадіокомунікацій;
- підготувати студентів до використання знань з дисципліни на практиці.

### Програмні компетентності

У результаті вивчення дисципліни студент здобуває загальні та фахові компетентності.

*Загальні:*

ЗК-2 Критичне мислення

ЗК-4 Управління людьми

ЗК-5 Координація дій з іншими

ЗК-6 Комунікація

ЗК-10 Формулювання суджень і ухвалення рішень

*Фахові:*

ФК-3 Здатність до управління комунікаційними службами реклами та зв'язків з громадськістю фірми і організації, планування і організація рекламних та PR-кампаній

ФК-4 Здатність проводити заходи щодо підвищення іміджу організації, до контролю, оцінювання ефективності та коригування стратегій, планів, кампаній і окремих заходів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю

ФК-7 Здатність до розробки стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю

ФК-8 Здатність ефективно презентувати результати оцінки якості та ефективності проектів

.

### **3. Результати навчання за дисципліною**

- теоретичні знання та практичні навички створення промо- та телерадіопродуктів художньо-публіцистичних жанрів, монтажу телерадіо- і промо-продуктів, створення медіабренда, заходів із планування та розміщення телерадіопродуктів в ефірі, проведення промозаходів;
- розуміння сутності поняття «менеджмент телерадіокомунікацій»;
- засвоєння особливостей сучасного телерадіоменеджменту;
- володіння основними поняттями й технологіями менеджменту телерадіокомунікацій;
- здатність студентів до використання знань з дисципліни на практиці.



#### 4. Структура навчальної дисципліни

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Модульний контроль
<b>Змістовий модуль I</b>									
<b>ЗАСАДИ РАДІОМЕНЕДЖМЕНТУ</b>									
1.1	5. Програма навчальної дисципліни	14	4	2	2			10	
1.2	Як створити радіокомпанію	16	6	2	2	2		10	
	Модульна контрольна робота 1	2							2
	<b>Разом за модулем 1</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>20</b>	<b>2</b>
<b>Змістовий модуль II</b>									
<b>ЗАСАДИ ТЕЛЕМЕНЕДЖМЕНТУ</b>									
2.1	Особливості телеменеджменту	16	6	2	2	2		10	
2.2	Як створити телекомпанію	14	4		4			10	
	Модульна контрольна робота 2	2							2
	<b>Разом за модулем 2</b>	<b>32</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		<b>20</b>	<b>2</b>
<b>Змістовий модуль III</b>									
<b>ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ</b>									
3.1	Стратегічний аналіз ринку	24	4	2		2		20	
3.2	Просування і PR телерадіокомпанії	28	8	2	4	2		20	
	Модульна контрольна робота 3	4							4
	<b>Разом за модулем 3</b>	<b>56</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>40</b>	<b>4</b>
	<b>Разом за навчальним планом</b>	<b>120</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>8</b>		<b>80</b>	<b>8</b>

#### 5. Програма навчальної дисципліни

##### ЗМІСЛОВИЙ МОДУЛЬ I ЗАСАДИ РАДІОМЕНЕДЖМЕНТУ

Стратегічний менеджмент радіостанції. Перший етап створення радіокомпанії. Аналіз економічної доцільності і перспективної фінансової стабільності радіокомпанії. Роль журналіста в процесі створення радіокомпанії. Як обрати назву для майбутньої радіостанції чи телекомпанії? Основні види діяльності під час створення радіокомпанії. Розробка програмної концепції мовлення. Етапи державної реєстрації радіокомпанії. Основні й паралельні дії під час створення радіокомпанії. Створення перших відділів радіокомпанії. Приблизний розподіл зарплатного фонду між співробітниками станції на цьому етапі. Завдання колективу для переходу до

другого етапу створення радіокомпанії. Другий етап створення радіокомпанії. Остаточне формування відділів радіокомпанії. Перші інформаційні програми. Перші музично- інформаційні програми. Перші інформаційно-аналітичні програми. Журналістські професії на телебаченні і радіомовленні. Штатний і позаштатний розклад радіокомпанії. Специфіка формування штату радіокомпанії на першому етапі її створення. Специфіка формування штату радіокомпанії на другому етапі її створення. Перехід від управління до виробництва власного продукту. Програмний директор як фундатор рейтингу радіостанції. Характерні особливості програмного директора як професіонала і як особистості. Основні завдання програмного директора як керівника творчим менеджментом на станції. Чи обов'язково програмному директору працювати в ефірі: дві точки зору. Робота з персоналом. Як виправляти власні помилки? Менеджер станції: посада чи покликання? Як добиватися успіху на радіоринку і високого рейтингу для радіостанції? Чому менеджер станції може отримувати більшу зарплату, ніж програмний директор? Характерні професійні риси менеджера радіостанції.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

### ЗАСАДИ ТЕЛЕМЕНЕДЖМЕНТУ

Стратегічний менеджмент телестанції. Перший етап створення телекомпанії. Аналіз економічної доцільності і перспективної фінансової стабільності телекомпанії. Роль журналіста в процесі створення телекомпанії. Як обрати назву для майбутньої радіостанції чи телекомпанії? Основні види діяльності під час створення телекомпанії. Розробка програмної концепції мовлення. Етапи державної реєстрації телекомпанії. Основні й паралельні дії під час створення телекомпанії. Створення перших відділів телекомпанії. Приблизний розподіл зарплатного фонду між співробітниками станції на цьому етапі. Завдання колективу для переходу до другого етапу створення. Другий етап створення. Остаточне формування відділів. Перші інформаційні програми. Перші музично- інформаційні програми. Перші інформаційно-аналітичні програми. Журналістські професії на телебаченні і радіомовленні. Штатний і позаштатний розклад. Специфіка формування штату на першому етапі її створення. Специфіка формування штату на другому етапі її створення. Перехід від управління до виробництва власного продукту. Програмний директор як фундатор рейтингу. Характерні особливості програмного директора як професіонала і як особистості. Основні завдання програмного директора як керівника творчим менеджментом на станції. Чи обов'язково програмному директору працювати в ефірі: дві точки зору. Робота з персоналом. Як виправляти власні помилки? Менеджер станції: посада чи покликання? Як добиватися успіху на радіоринку і високого рейтингу? Чому менеджер станції може отримувати більшу зарплату, ніж програмний директор? Характерні професійні риси менеджера.



## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3

### ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ

Передумови формування телерадіоринку в Україні. Історія й етапи становлення недержавного телерадіомовлення в Україні. Приватна телекомпанія й радіостанція та принципи їхньої діяльності в інформаційному просторі. Програми іноземного, вітчизняного і власного виробництва в ефірі радіокомпанії. Законодавче забезпечення діяльності недержавних телерадіокомпаній. Об'єднання недержавних телерадіомовців. Бізнес-план телерадіокомпанії. Види бізнес-планів. Інвестори і спонсори. Розділ "Резюме". Розділ "Стратегічний план". Розділ "Ділова характеристика станції\*". Розділ "Аналіз ринку". Види бухгалтерських звітів у бізнес-плані. Бухгалтерський звіт як пояснення механізму комерційної діяльності радіокомпанії. Звіт про чистий прибуток. Бухгалтерський баланс. Звіт про рух готівки. Ліцензія та ліцензування станцій. Загальні положення. Види ліцензій. Заява на ліцензування станції. Скільки "коштує" ліцензія. Порядок ліцензування. Відмова у видачі ліцензії. Строк дії ліцензії. Анулювання ліцензії. Державна та приватна власність. Мовлення без ліцензії. Формат годинного мовлення. Система та сітка добового мовлення радіокомпанії. Планування ефірної діяльності у відповідності з годинним форматом. Одна година - визначальний етап форматування, "гармонія" музики, інформації та реклами. Реклама на недержавних радіокомпаніях. Рекламні агентства та продакшн-студії. Планування рекламної діяльності радіокомпанії. Види рекламної аудіовідеопродукції. Система подачі реклами в добовому мовленні. Рекламні кампанії. Пошук та зацікавлення рекламодавців. Виготовлення та розміщення рекламних роликів - цінова політика рекламного агентства. Співпраця з рекламними агентствами та продакшн-студіями. Купівля програм і реклама. Прихована реклама і звичайна пропаганда.

#### 6. Контроль навчальних досягнень

##### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1	2	2
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	2	2	3	3	2	2
Робота на семінарському	10	1	10	1	10	2	20

занятті							
Робота на практичному занятті	10	2	20	3	30	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>			70		80		81
Максимальна кількість балів	231						
Розрахунок коефіцієнта $231:100=2,31$ У студента 218 балів за результатами роботи. На залік нараховується $218:2,31=94$ бали (А)							

### 6.2. Завдання для самостійної роботи

1. Опрацювати літературу.
2. В особистий словник студента внести ключові терміни теми.  
Підготуватися до експрес-опитування.
3. Підготувати презентацію на одну із запропонованих тем.

### 6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом. Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. Форми модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, виконання якої є обов'язковим.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і аргументованість виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

### 6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення навчальної дисципліни, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, практичних, виконання самостійної роботи, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку.

### 6.5. 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. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### *Основна*

1. Бараневич Ю. Жанри радиовещания (Проблеми становлення, формування, розвитку). — К.; Одеса: Вища шк., 1978.
2. Барноу З, Как писать для радио: Дер. с англ. -М.: НМО ГКРТ, 1960.
3. Гоян О.Я. Основы радиожурналистики и радиоменеджменту: Підручник. -К.: Веселка, 2004.
4. Лизанчук В. В. Основы радиожурналистики : [підручник]. - К.: Знання, 2006. - ( в комплекті з компакт-диском ).
5. Филд С. Как писать для радио и телевидения: Пер. с англ. -М.: НМО ГКРТ, 1962.
6. Хоменко І.А. Оригінальна радіодрама: Навчальний посібник. - К., 2002.

### *Додаткова*

1. Бабак М. П. Використання комунікативних методів Марченко Т.А. Радиотеатр: страницы истории и некоторые проблемы. - М.: Искусство, 1970.
2. Микрюков М.П. Радиодрама в системе искусств // Радиоискусство: Теория и практика. - М.: Искусство, 1983. - С. 3-34.
3. Миронченко В.Я. Основы інформаційного радіомовлення: Підручник. -К.: ІЗМН, 1996.
4. Ночной разговор с палачом: Радиопьесы Австрии, ФРГ, Швейцарии / Сост. И. Чернова. - М.: Искусство, 1991.
5. Олейник В.П. Радиопублицистика. Проблемы теории и мастерства. - К.: Вища шк., 1978.



6. Темная башня: Радиопьесы Великобритании и Ирландии / Сост. М. Шишлина. -М.: Искусство, 1990.
7. Уэллс О. Война миров. Радиопостановка / О. Уэллс // Уэллс об Уэллсе ; пер. с англ. - М.: Радуга, 1990. - С. 268-283.
8. Чаликян Г. Поиски новых возможностей радиопостановки // Режиссура радиопостановок. - М.: НМО ГКРТ, 1970. - С. 66-71.
9. Corwin N. Untitled and Other Radio Dramas./ Corwin N. – Nes York: Holt., 1947.- 412 p.
10. Crook Tim. British Radio Drama [Electronic resource]/ Tim Crook// A Cultural Case History/ - Mode of access to the resource: <http://www.irdp.co.uk/britrad2.htm>
11. Crook Tim/ The Psychological Power of Radio [Electronic resource]/ Tim Crook – Mode of access to the resource: <http://www.irdp.co.uk/hoax.htm>
12. Schwitzke Heinz. Das Horspiel. Dramaturgie und Geschich. / Schwitzke Heinz: Koln/Berlin – 1963. – [Elektronische Ressource] – Regime des Eingang <http://>

***Интернет-джерела:***

13. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
14. [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)
15. <http://www.reklamaster.kiev.ua>
16. <http://adfestival.com.ua/rus/news.php>
17. [www.brand.kiev.ua](http://www.brand.kiev.ua)
18. <http://admarket.ru/news>

**IV. Навчально-методична карта дисципліни "Менеджмент телерадіокому"**  
**Разом: 120 год., лекції – 10 год., практичні заняття – 14 год., семінарські –**  
**самостійна робота – 80 год., модульний контроль – 8 год.**

Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II		
Назва модуля	ЗАСАДИ РАДІОМЕНЕДЖМЕНТУ		ЗАСАДИ ТЕЛЕМЕНЕДЖМЕНТУ		<b>РЕ</b>
Кількість балів за модуль	70 б.		80 б.		
Лекції	відвідування – 1 б.		відвідування – 1 б.		
Теми лекцій	Особливості радіоменеджменту – 1 б.	Як створити радіокомпанію – 1 б.	Особливості телеменеджменту – 1 б.	Як стирити телекомпанію – 1 б.	Знімальний Стра
Теми практичних занять	Зіставний аспект української телевізійної менеджменту – 2+20 б.	Види телевізійного менеджменту – 2+20 б.	Підготовка концепції та менеджменту – 2+20 б.	Етапи підготовки до аналізу ринку – 3+30 б.	
Самостійна робота	5x2=10 б.		5x2=10 б.		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.		Модульна контрольна робота 2 – 25 б.		Моду
Підсумковий контроль	Залік (Всього 231 бал)				

