

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2021 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

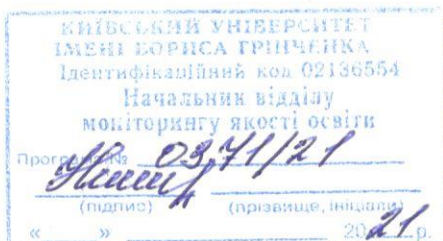
Медіаконсалтинг

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *другого (магістерського)*

Освітньої програми *061.00.03 «Видавнича справа та редагування»*



Київ-2021

Розробник:

Масімова Лариса Гагівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Викладач:

Масімова Лариса Гагівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від 31 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри *Ма* Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

31 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми *Н. М. Вернигора* Н. М. Вернигора

Робочу програму перевірено

1 вересня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

на 2020/2021 н.р. підпис (ПІБ), «31» 08 20 20 р., протокол № 1 *Ма*

на 2021/2022 н.р. підпис (ПІБ), «27» 08 20 21 р., протокол № 1 *Ма*

на 2022/2023 н.р. підпис (ПІБ), «31» 08 20 22 р., протокол № 1 *Ма*

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	4/120	
Курс	1	
Семестр	1	
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 навчальної дисципліни «Медіаконсалтинг» є ознайомлення із структурою сучасного медіаконсалтингу та оволодіння прикладними аспектами та інструментарем щодо реалізації і забезпечення медіаконсалтингових процесів.

Завдання дисципліни передбачають:

- розвивати *загальні компетентності*:

ЗК-1: Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у галузі журналістики, здійснювати інновації у невизначених умовах і вимогах.

ЗК-3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК-8. Здатність проявляти когнітивну гнучкість та здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань у змінених умовах чи нестандартних ситуаціях.

ЗК-9. Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність орієнтуватися на високий результат.

- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:

ФК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності на межі предметних галузей.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

ПРН-5. Використовувати інструментарій медіаконсалтингу в практичній діяльності: пропонувати комплекс спеціалізованих аналітичних послуг, розробляти програму просування інформаційних продуктів у медіасередовищі, створювати стратегію розвитку видавничого бізнесу..

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна:					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Модульні	
Змістовий модуль 1. Особливості медіаконсалтингу у видавничій справі							
Тема 1. Специфіка медіаконсалтингу як сегмента ринку інтелектуальних послуг	2	2					
Тема 2. Професійні компетенції фахівця з медіаконсалтингу	2	2					
Тема 3. Види основних послуг у сфері медіаконсалтингу	29		4				25
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	35	4	4			2	25
Змістовий модуль 2. Інноваційні технології медіаконсалтингу							
Тема 4. Технології медіаконсалтингу	6	2	4				
Тема 5. Технології введення інновацій у медіабізнес	31	2	4				25
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	39	4	8			2	25
Змістовий модуль 3. Медіаконсалтинг у видавничій справі							
Тема 6. Тенденції розвитку медіаконсалтингу	6	2	4				
Тема 7. Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства	36	2	4				30
Модульний контроль	4					4	
<i>Разом</i>	46	4	8			4	30
Підготовка та проведення контрольних заходів							
<i>Усього</i>	120	12	20			8	80

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Особливості медіаконсалтингу у видавничій справі

Тема 1. Специфіка медіаконсалтингу як сегмента 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

Тема 2. Професійні компетенції фахівця з медіаконсалтингу

Нові професії у медіасфері. Контент-продюсер. Контент-редактор. Редактор соцмереж. Професійні компетенції фахівця з медіаконсалтингу.

Тема 3. Консалтинг як елемент виробничої інфраструктури медіа підприємства.

Визначення, сутність та види консалтингової діяльності у медіа. Принципи медіаконсалтингу. Розробити аргументи для конкретного видавництва за використання консультативного агентства та аргументи проти використання консультативного агентства. Ринок консультативних медіапослуг.

Змістовий модуль 2. Інноваційні технології медіаконсалтингу

Тема 4. Технології медіаконсалтингу

Стратегічне планування у медіа організації. Сторітейлінг.

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 медіапроєктом.

Тема 5. Технології введення інновацій у медіабізнес

Формування інноваційної стратегічної ідеї.

Фази нововведень у медіабізнесі. Життєвий цикл нововведення медіа організації.

Стратегія змін. Управління комплексними змінами у медіабізнесі. Причини опору змінам.

Змістовий модуль 3. Медіаконсалтинг у видавничій справі

Тема 6 . Тенденції розвитку медіаконсалтингу

Розвиток ринку медіаконсалтингу. Послуги, що пропонують українські видавництва у сфері медіаконсультації. Літературні агенції: перспективи розвитку.

Тема 7. Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства

Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства. Перспектива розвитку літературних агенцій на сучасному українському ринку. Загальна стратегія контент-маркетингу як послуги видавничого підприємства. Управління трансмедійними проєктами.

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
Робота на практичному занятті	10	2	20	4	40	4	40
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)							
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	2	50
<i>Разом</i>	190		50		70		95
Максимальна кількість балів	190						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $215:100=2,15$ Студент набрав: 175 балів Оцінка: $177: 2,15 = 82$ бали В (зараховано)						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I (25 год.)

Тема 3. Види основних послуг у сфері медіаконсалтингу.

1. Розробити кейс для корпоративного видання.

Змістовий модуль II (25 год.)

Тема 5. Технології введення інновацій у медіабізнес

1. Розробити стратегію інноваційної діяльності конкретного видавництва.

Змістовий модуль III (30 год.)

Тема 7. Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства

1. Розробити проект просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу.

Студенти презентують власний продукт з описом конкретної роботи, аналізом ефективних і неефективних елементів.

Етапи розробки проекту:

1. Підготовчий етап (дослідження ринку та аудиторії)
2. Визначити ціль проекту.
3. Розробити бізнес ідею як структурований проект (логічне дерево).

4. Аналіз можливих проблемних ситуацій та шляхів їх вирішення.
5. Реалізація проекту.
6. Резюме.
7. Захист проекту.

Структура проекту:

1. НАЗВА (стисло в одному реченні сутність проекту).
2. ЛОГО ПРОЕКТУ.
3. ОПИС ПРОЕКТУ:
Загальний обсяг – 3-10 сторінки (без врахування додатків)
 - місія;
 - формулювання цілей проекту;
 - опис технологій;
 - загальна концепція (сюжет) проекту;
 - стратегія спілкування з замовником.
4. РІШЕННЯ ПРОБЛЕМНОЇ СИТУАЦІЇ:
 - обґрунтування рішення;
 - обґрунтування альтернативних рішень;
 - можливі організаційні/технічні труднощі під час реалізації проекту;
 - як ці труднощі були подолані;
 - скільки **коштів, часу, інших ресурсів** було витрачено задля реалізації проекту.
5. РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ:
 - детальний опис результатів, з використанням цифр, показників;
 - додатки
6. ПІДСУМКИ: висновок замовника проекту.
7. ДОДАТКИ (якщо є).

Критерії оцінювання самостійної роботи

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Дослідження ринку та аудиторії	1 бал
2.	Формулювання ціди	1 бал
4.	Актуальність проекту	1 бал
5.	Резюме	1 бал
6.	Реалізація проекту	1 бал
Разом		5 балів

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем

робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов’язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання:

Захист кейсу для корпоративного видання. Результати презентувати у вигляді презентації з обов’язковим обговоренням.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання:

Захист стратегії інноваційної діяльності конкретного видавництва. Результати презентувати у вигляді презентації з обов’язковим обговоренням

Модульна контрольна робота № 3-4

Завдання:

Захист проекту просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу. Результати презентувати у вигляді презентації з обов’язковим обговоренням.

Критерії оцінювання:

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Практичне значення результатів	5 балів
2.	Презентувати основні результати роботи	5 балів
3.	Якість оформлення	5 балів
4.	Лаконізм і логічна послідовність викладу матеріалу	5 балів
5.	Відповідь на запитання (чіткість формулювання та відповідність запитанню)	5 балів
Разом		25 балів

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліка і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю:

1. Сфера консалтингових послуг як складник світової економіки.
2. Типологія сучасних консалтингових послуг.
3. Ринок послуг медіаконсалтингу.
4. Консалтинг як елемент виробничої інфраструктури медіа підприємства.
5. Нові професії у медіасфері.
6. Професійні компетенції фахівця з медіаконсалтингу
7. Принципи медіаконсалтингу.
8. Технології кросмедійних проєктів.
9. Каунселінг як особлива сфера неметодичних порад консультанта з управління.
10. Коучинг як індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником.
11. Контент-маркетинг як технологія.
12. Технологія управління медіапроєктом.
13. Послуги, що пропонують українські видавництва у сфері медіаконсультації.
14. Літературні агенції: перспективи розвитку.
15. Структура послуг літературних агенцій.
16. Етапи стратегічного планування.
17. Структура маркетингового плану.
18. Інструменти контролю успішності стратегічного плану.
19. Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства.
20. Перспектива розвитку літературних агенцій на сучасному українському ринку.
21. Загальна стратегія контент-маркетингу як послуги видавничого підприємства.
22. Управління трансмедійними проєктами.
23. Спонсорство як інструмент маркетингових комунікацій.
24. Формування інноваційної стратегічної ідеї.
25. Життєвий цикл нововведення медіаорганізації.

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

8. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

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. Інн 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.

7. Навчально-методична карта дисципліни «Медіаконсалтинг»

Разом: 120 год., лекції – 12 год., семінарські заняття – 20 год.,
самостійна робота – 80 год., МКР – 8 год., семестровий контроль – залік

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II				Змістовий модуль III			
Назва модуля	Особливості медіаконсалтингу у видавничій справі				Інноваційні технології медіаконсалтингу				Медіаконсалтинг у видавничій справі			
Кількість балів за модуль	50 б.				70 б.				95 б.			
Лекції	Специфіка медіаконсалтингу як сегменту ринку інтелектуальних послуг		Професійні компетенції фахівця з медіаконсалтингу		Технології медіаконсалтингу		Технології введення інновацій у медіабізнес		Тенденції розвитку медіаконсалтингу		Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства	
Семінарські	Види основних послуг у сфері медіаконсалтингу – 20 б.				Технології медіаконсалтингу – 20 б.		Технології введення інновацій у медіабізнес – 20 б.		Тенденції розвитку медіаконсалтингу – 20 б.		Перспективи впровадження медіаконсалтингу в структуру послуг видавничого підприємства – 20 б.	
Самостійна робота	5x1=5 б.				5x1=5 б.				5x1=5 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				Модульна контрольна робота 2 – 25 б.				Модульна контрольна робота 3-4 – 50 б.			
Підсумковий контроль	Залік Усього 215 бали, коефіцієнт 2,15											