

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Навчально-науковий інститут журналістики
Філософський факультет

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчально-виховної роботи
Навчально-наукового інституту
журналістики
Віталій КОРНЄВ



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник декана
з навчальної роботи
Філософського факультету



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ФУНДАМЕНТАЛЬНА ФАХОВА ПІДГОТОВКА
ІЗ МЕДІАПРОДЮСУВАННЯ
для студентів

галузь знань 06 «Журналістика»
спеціальність 061 «Журналістика»
освітній рівень перший, бакалавр
освітньо-професійна програма Медіапродюсування
вид дисципліни обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	5 – 6
Кількість кредитів ECTS	10
Мова викладання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Пролонговано: на 202__/202__ н.р. _____ (_____) «__» 202__ р.
(підпис, ПІБ, дата)


на 202__/202__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

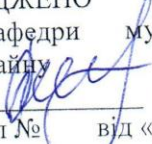
Розробники:

Федір ВЛАСЕНКО, канд. філос. наук, доц, зав. кафедри філософії гуманітарних наук;
Катерина ГОРСЬКА, д-р наук із соц. ком., доц. кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну;
Марина ЖЕНЧЕНКО, д-р наук із соц. ком., доц., проф. кафедри видавничої справи та редагування;
Тетяна КРАЙНІКОВА, д-р наук із соц. ком., доц., проф. кафедри видавничої справи та редагування;
Олексій ПОГОРЕЛОВ, асист. кафедри видавничої справи та редагування;
Василь ТЕРЕМКО, д-р наук із соц. ком., доц., зав. кафедри видавничої справи та редагування.

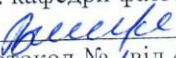
ЗАТВЕРДЖЕНО

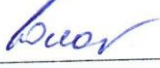
Зав. кафедри видавничої справи та редагування
 (доц. Василь ТЕРЕМКО)
Протокол № _____ від «__» _____ 2022 р.


ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри мультимедійних технологій і
медіадизайну
 (проф. Вікторія ШЕВЧЕНКО)
Протокол № _____ від «__» _____ 2022 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри філософії гуманітарних наук
 (доц. Федір ВЛАСЕНКО)
Протокол № _____ від «26» серпня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики
Протокол «29» серпня 2022 року № 1
Голова науково-методичної комісії  (доц. Анастасія ВОЛОБУСВА)
«29» серпня 2022 року

Схвалено науково-методичною комісією філософського факультету
Протокол від «31» серпня 2022 року № 2
Голова науково-методичної комісії  (доц. Ірина МАСЛІКОВА)
«31» серпня 2022 року

1. Мета дисципліни:

Сформуувати в студентів базові знання специфіки, організаційно-технологічних і правових засад медіапродюсування, його ролі в забезпеченні діяльності медіорганізацій, а також навички аналітичного та креативного мислення, управління медіапроектами, медіаавдиторіями, роботи в командах, здатності реагувати на виклики, генерувати і втілювати креативні ідеї, мотивацію до фахового та особистісного розвитку, інтегрування у фахове середовище.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

Для опанування дисципліни студент повинен:

- *знати* специфіку та організаційну структуру медіасфери, цілі та завдання різних типів медіа, особливості їхніх цільових аудиторій;
- *розуміти* суть управління медіадіяльністю;
- *володіти* первинними навичками креативної роботи, використання комунікаційних технологій;
- *уміти* оволодівати сучасними знаннями та розвиватися відповідно обраному фаху, розвивати технологічну та ділову культуру, створювати власні надбання.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна «Фундаментальна фахова підготовка з медіапродюсування» започатковує спеціалізовану підготовку майбутніх фахівців, мотивованих до саморозвитку, фахових та особистісних досягнень в обраній сфері діяльності, здатних раціонально сприймати інтелектуальні, креативні, організаційні та етичні виклики, застосовувати здобуті знання та навички для розв'язання завдань і проблем. Діяльність медіапродюсера поєднує креативні та організаційні функції: генерування ідей, забезпечення їх перетворення на концепції та плани, формування команди та організування їхньої роботи, залучення інвестицій та забезпечення правового захисту проекту задля досягнення його цілей – проблематика, що об'єднує різні форми роботи студентів.

Структуру дисципліни утворюють шість модулів:

ЗМ-1. Медіапродюсування як управління медіапроектами в креативних індустріях.

ЗМ-2. Правові основи діяльності медіапродюсера.

ЗМ-3. Маркетинговий комплекс медіапроектів. Інструменти цифрового маркетингу в медіапродюванні.

ЗМ-4. Бюджетування проєктів. Фандрейзиг і адвокація як інструменти залучення коштів.

ЗМ-3М-5. Управління медіаавдиторіями.

ЗМ-6. Управління медіапроектами.

Опанування матеріалом дисципліни передбачає різноманітні види роботи студентів для здобуття, закріплення знань і формування навичок.

4. Завдання (навчальні цілі) навчальної дисципліни:

Дисципліна спрямована на досягнення таких загальних і фундаментальних компетентностей:

ЗК-11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами інших галузей знань/видів економічної діяльності) задля відстеження ринкових тенденцій, просування власних ідей, відстоювання позицій та освоєння нових можливостей;

ЗК-12. Здатність працювати в команді відповідно до стандартів і стилів співробітництва, бути самоорганізованим, відповідальним, виявляти лідерські якості;

ЗК-13. Здатність до міжособистісної взаємодії на засадах ділової й фахової етики, самоповаги й поваги до індивідуальних прав кожного;

ФК-3. Здатність організувати й здійснювати професійну діяльність у сфері соціальних комунікацій – генерувати ідеї, організувати діяльність творчих команд і реалізовувати медійні проекти, аналізувати результати й коригувати цілі, плани, процеси;

ФК-5. Здатність створювати інформаційний продукт для різних технологічних платформ, різних жанрів і стилів, для різних цільових аудиторій і з різним ступенем оригінальності.

Дисципліна спрямована на досягнення таких результатів навчання:

ПРН-5. Оцінювати свій і/або чужий медійний продукт, медійну акцію, що організована й проведена самостійно, у співробітництві з колегами або будь-ким автономно;

ПРН-7. Відтворювати інформаційні та комунікаційні технології для здійснення медійного проекту, цілей співробітництва і розвитку проектною командою;

ПРН-11. Практикувати спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей знань/видів діяльності) для аналізу зовнішнього середовища, впровадження перспективних практик, підвищення конкурентоспроможності;

ПРН-15. Дотримуватися інтересів, поглядів співбесідника та аудиторії в усіх ділових і комунікаційних ситуаціях;

Результати навчання змістової частини дисципліни:

Результат навчання (1. Знати; 2. Вміти; 3. Комунікація 4. Автономність та відповідальність)		Форми та/або методи, технології викладання та навчання	Методи та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
	Знати			
1.1	Специфіку креативних індустрій, продуктів і медіапродюсування, продюсерських професій і засад діяльності медіапродюсера, володіння відповідними поняттями	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10
1.2	Маркетингові, правові, етичні засади медіапродюсування, інвестиційні джерела та бюджетування медіапроектів	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10
1.3	Соціокомунікаційну роль медіапродукту (проекту) і відповідальність продюсера за результат перед командою, соціумом, інвестором, замовником	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10
	Вміти			
2.1	Формувати маркетинговий комплекс, стратегії та бюджет медіапроектів, готувати проектні заявки, складати звіти за проектами, вимірювати їхню ефективність	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10
	Оцінювати медійні продукти, акції,	лекції, практичні	моделювання	10

2.2	роботу проектних команд і її учасників	заняття, самостійна робота	ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	
2.3	Організовувати управління медіапроектами та їх юридичний супровід, роботу з аудиторіями, просувати в офлайн- і онлайн середовищах	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	20
	Комунікація			
3.1	Вміння взаємодіяти із суб'єктами відносин на фаховій та етичній основі, працювати в команді, досягати спільних цілей	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10
	Автономність і відповідальність			
4.1	Здатність раціонально організувати власний час, планувати, здійснювати діяльність й оцінювати результати	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10
4.2	Здатність розв'язувати завдання індивідуально, в групах і командах, проявляти лідерські якості і відповідальність за результати	лекції, практичні заняття, самостійна робота	моделювання ситуацій, аналіз кейсів, самостійна робота	10

6. Співвідношення результатів навчання змістовної частини дисципліни із програмними результатами навчання.

Результати навчання дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	4.1	4.2
СК-01 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності	+		+		+			+	
СК-07(МП) Здатність застосовувати знання про медіапродюсування у своїй професійній діяльності.				+	+	+	+		+
ПРН-13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.			+		+	+			

ПРН-19(МП) Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про медіапродюсування.					+	+	+	+	+

7. Схема формування оцінки.

Контроль знань студентів відбувається за модульно-рейтинговою системою. Впродовж двох семестрів 43 % навантаження відведено на аудиторне навчання, 57 % на самостійну роботу. Кожен семестр завершується іспитом. За семестр студент максимально може набрати 100 балів, рекомендований мінімум – 48 балів, критично-розрахунковий мінімум – 40 балів.

Схема формування оцінки в 5 семестрі

У п'ятому семестрі структуру дисципліна утворюють чотири модулі: «Медіапродюсування як управління проєктами в креативних індустріях», «Правові основи діяльності медіапродюсера», «Маркетинговий комплекс медіапроєкту», «Бюджетування медіапроєктів. Франдрейзинг і адвокація як інструменти залучення коштів». Наприкінці семестру – підсумковий контроль. Завершує семестр іспит.

Схема формування оцінки в 6 семестрі

У шостому семестрі структуру 2 модулі (лекції – 10 год, практичні – 10 год, самостійна робота - 40 год) студенти опануватимуть проблематику медіапродюсування («Управління медіаавдиторією», «Управління медіапроєктами»), решту годин – проблематику ??? (філософський факультет). Семестр завершується іспитом на філософському факультеті; кафедра видавничої справи передає результати опанування студентами матеріалу двох модулів (максимальна оцінка – 34 бали) на філософський факультет для підсумкового оцінювання.

7.1 Форми оцінювання студентів

• семестрове оцінювання:

1. Виконання завдань на практичних заняттях, контрольне тестування на останньому практичному занятті модулю.
2. Самостійна робота.
3. Підсумкове оцінювання - іспит.

7.1.1. Критерії оцінювання семестрової роботи:

Відповідно до своїх тем викладачі розробляють завдання для практичних занять, самостійної роботи.

Бали за виконання кожного завдання ЗМ 1 – ЗМ 4 розподіляються таким чином:

10-7 балів – виконано у повному обсязі, без зауважень;

7-5 балів – виконано якісно за змістом, але з мовними та/або правописними помилками;

5-3 бали – виконано із зауваженнями, але без мовних та/або правописних помилок;

1 бал – виконано із суттєвими зауваженнями, мовними та/або правописними помилками;

0 – виконано неправильно або не виконано взагалі.

Підсумкове оцінювання у формі іспиту:

Іспит складається з виконання двох видів завдань: письмової відповіді на теоретичне питання; розв'язання прикладних ситуацій, відповіді на які оцінюються максимум у 20 балів. Максимальна кількість балів, яку студент може отримати під час іспиту – 40.

Оцінювання письмової частини іспиту (відповідь на запитання) розраховуються за такими критеріями:

20-16 балів – питання розкрито, підібрано відповідні приклади, зроблено висновки;

16-14 балів – питання розкрито, підібрано відповідні приклади, проте наявні незначні помилки при викладі матеріалу;

14-10 балів – питання розкрито недостатньо, відповідь відображає недостатнє знання фактичного матеріалу;

10-7 балів – питання викладено фрагментарно та поверхово, наявні суттєві помилки в роботі.

Умови допуску до іспиту:

Студенти, які набрали сумарно меншу кількість балів, ніж *критично-розрахунковий мінімум* – 20 балів (*рекомендований мінімум* складає 36 балів), для отримання допуску до іспиту обов'язково повинні виконати додаткові завдання, узгоджені з викладачем.

7.2. Організація оцінювання

Матеріал дисципліни поділений на 6 змістових модулів. Кожен змістовий модуль передбачає лекції, практичні заняття та самостійну роботу студентів. Наприкінці п'ятого навчального семестру – підсумковий іспит рівня засвоєння знань чотирьох модулів навчального курсу. Наприкінці шостого навчального семестру — іспит на базі філософського факультету, Оцінки за змістові модулі з медіапродюсування (в межах 34 балів) кафедра видавничої справи та редагування, передає на філософський факультет.

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу: оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1, 1.2, 1.3), що складає 30% від загальної оцінки й оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1.–2.4.); (комунікація 3.1., 3.2.) (автономність та відповідальність 4.1.), що складає 70% загальної оцінки.

Усі робочі матеріали та завдання, необхідні для засвоєння навчального курсу, завантажуються у гугл-клас. Студенти мають завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. Результати оцінених робіт студент отримує на свій акаунт, формування підсумкової оцінки відбувається автоматично.

Студенти можуть пройти онлайнкурс із фандрейзингу (<https://mail.ukr.net/desktop#readmsg/16730144852155159456/f0>), отриманий сертифікат про успішне завершення якого буде оцінений у 7 балів.

Студенти, які навчаються за індивідуальним графіком, виконують зазначені в гугл-класі обов'язкові завдання відповідно до тем занять.

Оцінювання знань студента відбувається за принципом нарахування балів за виконані завдання з подальшим їх переведенням в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (див. 7.3 Шкала відповідності оцінок).

Студент, який набрав сумарно меншу кількість балів, ніж критично-розрахунковий мінімум 48 балів за два семестри, пише підсумкову контрольну роботу на 20 балів з семестрового модулю 7.

Оцінювання у п'ятому навчальному семестрі:

	ЗМ-1	ЗМ-2	ЗМ-3	ЗМ-4	Іспит	Підсумкова оцінка
Мінімум	10	4	12	12	22	60
Максимум	15	7	19	19	40	100

**Розподіл балів за темами навчальної дисципліни
в п'ятому навчальному семестрі**

Вид завдання	Вид роботи	Бали	
		Мін.	Макс.
ЗМ-1. Медіапродюсування як управління проектами в креативних індустріях	Робота на аудиторних заняттях	2 б.×4 з.=8б.	3 б.×4 з.=12 б.
	Самостійна робота	2	3
ЗМ-2. Правові основи діяльності медіапродюсера	Робота на аудиторних заняттях	1 б.×2 з.=2 б	2 б.×2 з.= 4 б.
	Самостійна робота	2	3
ЗМ-3. Маркетинговий комплекс медіапроектів. Інструменти цифрового маркетингу в медіапродюсуванні	Робота на аудиторних заняттях	3 б.×4 з.=12 б.	4 б.×4 з.=16 б.
	Самостійна робота	2	3
ЗМ-4. Бюджетування проєктів. Франдрейзинг і адвокація як інструменти залучення коштів	Робота на аудиторних заняттях	3 б.×4 з.=12 б.	4 б.×4 з.=16 б.
	Самостійна робота	2	3

Вимоги до самостійних робіт у п'ятому навчальному семестрі

Завдання, терміни їх виконання та умови оцінювання будуть розміщені в гугл-класі. Виконані роботи студенти також завантажують в гугл-клас.

ЗМ-1. Медіапродюсування як управління проектами в креативних індустріях (Т

Самостійна робота

1. Складіть перелік ключових якостей креативної особистості, базових характеристик креативного продукту (проєкту).
2. За результатами опрацювання книжки Олександра Роднянського «Виходить продюсер» сформулюйте суть, мету і завдання медіапродюсування та розробіть професіограму (опис особливостей) медіапродюсера.
3. На основі опрацювання інформації у відкритих джерелах (статті, інтерв'ю та ін.) представників не менше п'яти продюсерських професій складіть таблицю їхніх спільних і відмінних ознак.
4. На підставі аналізу використання власного часу розробіть індивідуальні систему цілей, принципів самоорганізування та органайзер.

ЗМ-2. Правові основи діяльності медіапродюсера

Самостійна робота

1. Складіть карту юридичних ризиків на різних етапах виробництва медіапродукту (концепція, дизайн, технології, платформи, персонал та ін.)
2. Сформулюйте пакет договорів, необхідних для підписання з учасниками процесу медіавиробництва.
3. Проаналізуйте європейські підходи до регулювання цифрових платформ. Сформулюйте та аргументуйте власну позицію щодо необхідності обсягів такого регулювання. Визначте регуляторний периметр медіадіяльності на різних цифрових платформах.

ЗМ-3. Маркетинговий комплекс медіапроєкту. Інструменти цифрового маркетингу в медіапродюсуванні

Самостійна робота

1. Опишіть зв'язок між УТП медіапроєкту та потребами цільової аудиторії
2. Побудуйте «воронку продажів» та опишіть які саме дії та аргументи будуть мотивувати вашу потенційну аудиторію переходити з рівня на рівень щоб з потенційних споживачів стати постійними (наприклад, підписниками)
3. Опишіть яку саме інформацію та з яких саме джерел ви будете збирати та аналізувати інформацію щоб вивчати реакцію аудиторії на продукт та на застосовані інструменти маркетингу

ЗМ-4. Бюджетування проєктів. Фандрейзинг і адвокація як інструмент залучення коштів

Самостійна робота

1. Складіть покроковий план досягнення ключових результатів та розрахуйте ресурси, потрібні для цього
2. Опишіть, які саме ресурси та з яких саме джерел ви будете залучати щоб реалізувати свій задум/проєкт. Поясніть чому саме так
3. Опишіть яку саме інформацію та в якому вигляді ви будете подавати щоб звітувати своїм партнерам та продовжувати залучати потрібні для проєкту ресурси вчасно

Оцінювання у шостому навчальному семестрі:

	ЗМ- 1	ЗМ-2	Підсумкова оцінка
Мінімум	7	5	12
Максимум	20	14	34

Розподіл балів за темами навчальної дисципліни у шостому навчальному семестрі

Вид завдання	Вид роботи	Бали	
		Мін.	Макс.
ЗМ-5. Засади репутаційного менеджменту	Робота на аудиторних заняттях	1бх3з=3 б	4б х 3з = 12б
	Самостійна робота	4	8
ЗМ-6. Управління медіапроєктами	Робота на аудиторних заняттях	1бх2з=2 б	4бх2=8
	Самостійна робота	3	6

Вимоги до самостійних робіт у шостому навчальному семестрі

ЗМ-5. Засади репутаційного менеджменту

Самостійна робота

Простежити дискурс за останній рік та дібрати чотири кейси, що демонструють різний

досвід репутаційного менеджменту в медіаорганізаціях.

Викласти суть практик.

Проаналізувати ці практики, сформулювати тези-висновки. Які заходи слід взяти до уваги? Які інструменти спрацювали або не були задіяні? Як оптимізувати підходи? Як уникати ризиків та можливих помилок?

Виконане завдання слід подати у вигляді вордівського файлу (тексту), не більше 4 сторінок. За можливості, додати ілюстративні матеріали в будь-яких форматах.

ЗМ-6. Управління медіапроектами

Самостійна робота

1. Опшіть розподіл зон відповідальностей у вашому проекті між ключовими функціональними одиницями
2. Визначте та опишіть до 3 ключових індикаторів моніторингу ефективності для кожної з функціональних одиниць (центрів прийняття рішень) у вашому медіапроекті

Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно з можливістю повторного складання / Fail	35-59
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни / Fail	0-34

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій, семінарських занять і самостійної роботи

5 семестр

№ п/п	Тема заняття	Лекції	Сем./ пр.	Самост. роб
<i>Змістовий модуль 1. Медіапродюсування як управління медіапроектами в креативних індустріях</i>				
1	Креативна економіка, культурні та креативні індустрії. Креативність, креативний продукт/проект. Специфіка, мета, сфера, стилі та етика медіапродюсування. Становлення медіапродюсування та сучасні його особливості.	4	2	6
2	Місія, обов'язки, відповідальність, взаємодії медіапродюсера. Особистість і фаховий світогляд,	2	2	4

	мотиваційна система, креативні та ділові якості, емоційний інтелект, етикет і комунікаційна (ділова) культура медіапродюсера.			
3	Продюсерські професії. Обов'язки генерального, асоційованого, креативного, виконавчого, лінійного продюсера, продюсера-координатора, співпродюсера. Саморозвиток, тайм-менеджмент, ортобіоз продюсера.	2		4
4	Стратегування та управління ризиками – чинники результативного продюсування. Стратегічна культура, правила та навички ефективного медіапродюсера.	2	2	6
<i>Змістовий модуль 2. Правові основи діяльності продюсера</i>				
5	Правова культура в епоху глобалізації. Неоглобалізація та регулювання ринку. креативних індустрій. Платформізація культури. GAFAM. Цифрова та інноваційна етика. Правові аспекти інновацій і впровадження технологій штучного інтелекту в медіа.	2	2	5
6	Правові аспекти сфери креативних індустрій. Юридичний супровід медіастартапів. Правові аспекти комодифікації в медіасекторі. Медіапродукт: правові аспекти циклу виробництва (концепт, дизайн, технології, платформи, персонал та ін.). Договори в медіаіндустрії. Європейська конвенція про копродукцію.	2	2	5
<i>Змістовий модуль 3. Маркетинговий комплекс медіапроектів. Інструменти цифрового маркетингу у медіапродюсуванні</i>				
7	Позиціонування медіапроекту. Зв'язок між потребами аудиторії та УТП.	2		5
8	Інструментарій та показники вимірювання ефективності медіапроекту.	2	2	5
9	Авдиторія та продажі. Залучення та утримання аудиторії. Комунікації та результативність медіапроекту.	2		5
10	Стратегії цифрового маркетингу. Ключові показники ефективності цифрового маркетингу. Принципи роботи Programmatic-технологій	2	2	5

<i>Змістовий модуль 4. Бюджетування медіапроектів.</i>				
11	Планування бюджету проекту, його ключові параметри та контроль за виконанням. Ресурси медіапродюсера	2	2	5
12	Написання проектних заявок для отримання грантового фінансування. Адвокація в продюсуванні проектів. Лобіювання, вплив і донесення інформації для отримання результату.	2	2	5
13	Джерела доходів проектів та їхня специфіка. Продаж контенту та реклами. Комерційні та соціальні медіапроекти	2	2	5
14	Ціноутворення у проектах. Точка беззбитковості та максимізація дохідності медіапроекту	2	2	2
	<i>Разом</i>	30	20	70

6 семестр

№п/п	Тема заняття	Лекції	Сем./ практ.	Сам. роб
<i>Змістовий модуль 5. Засади репутаційного менеджменту</i>				
1	Репутація — фундаментальний нематеріальний актив медіаконпанії та медіапродюсера. Управління репутацією як основа системи стратегічного менеджменту та самоуправління медіапродюсера	2	2	6
2	ORM — управління репутацією в інтернеті. SERM. SMO і SMM у репутаційному менеджменті. Репутація медіапродюсера та репутація компанії/проектної команди	2	2	6
3	Зниження репутаційних ризиків. Способи роботи з негативом. Захист репутації	2	2	6
<i>Змістовий модуль 6. Управління медіапроектами</i>				

4	Загальні засади управління проектами. Управління ресурсами та розвитком проекту. Процеси, команда, клімат, взаємодія.	2	2	11
5	Управління результатом через управління людьми. Залучення та звільнення. Ефективний лідер та ефективний	2	2	11
	<i>Разом</i>	<i>10</i>	<i>10</i>	

Змістовий модуль 5. Філософія

Ч. 1. Вступ до філософії

7	Тема 6. Філософія як соціокультурний феномен	2	2	4	
8	Тема 7. Філософія і світогляд		2	4	
9	Тема 8. Філософія як система знання	2	2	4	
10	Тема 9. Категорії філософії, їх зміст і функції	2	2	4	
11	Тема 10. Основні етапи розвитку філософської думки	2	2	4	
12	<i>Контрольна робота</i>	2			

Ч. 2. Теоретична філософія

13	Тема 11. Філософське вчення про буття	2	2	4	
14	Тема 12. Людина як предмет філософського розуміння	2	2	4	
15	Тема 13. Філософія свідомості	2	2	4	
16	Тема 14. Теорія пізнання	2	2	4	
17	Тема 15. Філософія і методологія	2		4	
18	<i>Контрольна робота</i>	2			

Ч. 3. Практична філософія

19	Тема 16. Філософське осмислення історичного процесу	2	2	3	
20	Тема 17. Суспільство як предмет філософії	2	2	3	
21	Тема 18. Філософське осмислення політичного життя	2	2	2	
22	Тема 19. Філософське осягнення економічної	2	2	2	

	<i>сфери життєдіяльності суспільства і людини</i>				
23	<i>Консультації</i>				4
24	<i>Самостійна робота</i>			10	
	<i>Разом</i>	30	26	60	4
	УСЬОГО за семестр	40	36	100	4
	УСЬОГО за курс	70	56	170	4

Загальний обсяг **300** год., в тому числі:

лекцій – **90** год.

семінарів – **60** год.

самостійної роботи – **150** год.

9. Рекомендована література

I

Основна:

1. Апелло Ю. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами : пер. з англ. Г. Якубовська. – Харків : Вид-во «Ранок» : «Фабула», 2019, 432 с.
1. Закон України «Про інвестиційну діяльність»№1560-12від 09.11.2013[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
2. Біла К.О. Чинники інвестиційної орієнтації розвитку фінансового ринку в умовах кризи// Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 25. – 2009
3. Бланк І.О., Інвестиційний менеджмент: підручник/ І.О. Бланк, Н.М. Гуляєва. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 398 с.
- Бурбело О.А. Репутація компаній: управління і захист : монографія / О. А. Бурбело, Д. В. Солоха, А. М. Зінченко. — Луганськ : Янтар, 2009. — 104 с.
4. Кокс Джефф, Голдратт Еліяху Мета. Процес безперервного вдосконалення. – К.: Наш формат, 2019. – 448.
5. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіпп Котлер, Герман Катарджая, Іван Сетьяван : пер. з англ. К.Куницька, О. Замаєва. – К.: КМ-Букс, 2019. – 224 с.
- Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник/ Т.В. Майорова. – К.: «Центр
6. Ленлі С.. Театральний менеджмент і продюсерство, Американський досвід / Стівен Ленглі. : пер. з англ. І.Д. Безгіна. – К.: ВВП «Компас», 2000. – 640 с.
7. Інструментарій внутрішнього аудиту (посібник для внутрішніх аудиторів державного сектору) : Міністерство фінансів України.URL: <https://mof.gov.ua/uk/rozvitok-derzhavnogo-vnutrishnogo-finansovogo-kontrolju> (дата звернення 24.08.2021)
8. Медіаконтент у глобальному вимірі. Горська К. Михайленко В. Навчальний посібник. Київ, ННІЖ, 2021. 142 с. <http://labs.journ.knu.ua/mova/predmetu/mediakontent-u-hlobalnomu-vumiri/>
9. Монастирський Г.О. Щодо ролі репутаційного капіталу у формуванні вартості підприємства. Вчені записки Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія». — 2020. — Т. XXVI. — С. 337–344.
10. Роднянський О. Виходить продюсер / Олександр Роднянський. – Брайт букс, 2016. – 408
11. Скіннер К. Людина цифрова / Кріс Скіннер – Фабула. 2020. – 272 с.

12. Тегмарк М. Життя 3.0. Доба штучного інтелекту / Макс Тегмарк. – Наш формат, 2019.
13. Шкроміда В. В. Дискусійні аспекти впровадження репутаційного менеджменту / В. В. Шкроміда // Журнал Прикарпатського університету імені Василя Стефаника. — 2020. — Т. 7. — № 3. — С. 60–67.

Додаткова:

1. Гончар О. І. Репутаційний менеджмент підприємств в часи економічної кризи // Вісник ХНТУ. — 2019. — № 3. — С. 167–172. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiyniy-menedzhment-pidpriemstv-v-chasi-ekonomichnoyi-krizi/viewer> (дата звернення 24.08.2021)
2. Kanban та Scrum: у чому полягають відмінності та як зрозуміти, що обрати для себе <https://bakertilly.ua/news/id48162>
3. Іванченко Г. В. Онлайн-репутація стартапу: важливість та необхідність // Ефективна економіка. — 2020. — № 10. — URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8261> (дата звернення: 05.11.202)
4. Онлайн курс “Практична соціологія для медіа професіоналів” <http://redactor.in.ua/2020/09/24/uam-ta-uamb-anonsuyut-kurs-praktychna-socziologiya-dlya-media-profesionaliv>
5. Chris Silver Smith. 10 Pro Online Reputation Management Tips For Local Businesses. URL: <https://searchengineland.com/10-pro-online-reputation-management-tips-for-local-businesses-182230> (дата звернення 18.03.2021).
6. Reputation Management: The Complete Guide to Managing Your Business' Reputation Online: веб-сайт. URL: <https://www.getweave.com/reputation-management/> (дата звернення: 17.03.2021).

II

1. Філософія: навчальний посібник для студентів гуманітарних факультетів / кол.авторів; кер.автор.кол. А.О. Приятельчук. Київ: Вадекс, 2021. 560 с.
2. Філософія / М. Фюрст, Ю.Тринкс / Пер. з нім. Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2018. 544 с.
3. Історія філософії: Підруч. / За ред. В.І Ярошовця. Київ: “Київський університет”, 2007.
4. Філософія історії: Підруч. / І.В. Бойченко. Київ: Знання, 2000. 723с.
5. Філософія: Навч. посіб. / Л.В. Губерський, І.Ф. Надольний, В.П. Андрущенко та ін.; за ред. І.Ф. Надольного. 8-ме вид., стер. Київ: Вікар, 2011.
6. Філософія: Підруч. / В.Л. Петрушенко. 4-те вид., виправл. і доповн. Львів, 2009. 506 с.
7. Філософія: Підруч. / за ред. Л.В. Губерського. 2-ге вид., перер. і доповн. Харків: FOLIO, 2018. 621 с.
8. Філософія: хрестоматія (від витоків до сьогодення): навч. посіб. / за ред. акад. НАН України Л.В. Губерського. Київ: Знання, 2012. 621с.
9. Філософський енциклопедичний словник: довідкове видання / Голова ред. колегії В.І. Шинкарук. Київ: «Абрис», 2002. 744 с.

Додаткова:

1. Адізес І. Управління змінами для досягнення найліпшого результату в бізнесі й повсякденному житті / пер. з англ. Т. Семігіної. Київ: Форс Україна, 2018. 400 с.
2. Адізес І. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует / пер. с англ. 11-изд. Київ: Альпіна Паблішер, 2020. 264 с.
3. Арістотель Метафізика. Київ: Темпора, 2022. 848 с.
4. Гуссерль Е. Ідеї до чистої феноменології і феноменологічної філософії / пер. Вахтанга Кебуладзе. Харків: Фоліо, 2020. 348 с.

5. Друкер П.Ф. Виклики для менеджменту ХХІ століття / пер з англ. Т. Літенської. Київ: Видавнича група КМ-БУКС, 2020. 240 с.
6. Корабльова В. М. Соціальні смисли ідеології: Монографія. Київ: ВАДЕКС, 2014. 350 с.
7. Макінтайр Л. Постправа / пер. з англ. Роксоляна Свято. Київ: Видавництво «ArtHuss», 2021. 208 с.
8. Мангайм К. Ідеологія та утопія / пер. з нім. В. Верлоки. Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2008. 370 с.
9. Мід Д.Г. Дух, самість і суспільство. З точки зору соціального біхевіориста / пер. з англ. та передмова Т. Корпало. Київ: Український Центр духовної культури, 2000.
10. Ніколс Т. Диванні експерти. Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими / пер з англ. Євгенія Кузнецова. Київ: Наш формат, 2019. 240 с.
11. Попович М. Григорій Сковорода: філософія свободи. Київ: Майстерня Білецьких, 2007.
12. Сайтарлы И.А. Философия социальной культуры: Монография. Київ: ПАРАПАН, 2012. 291 с.
13. Фукуяма Ф. Идентичность стремление к признанию и политика неприятия / пер с англ. Київ: Альпина Паблишер, 2020. 256 с.
14. Фукуяма Ф. Витоки політичного порядку. Від прадавніх часів до Французької революції / пер з англ. Роман Корнута. 2-ге вид. Київ: Наш формат, 2019. 576 с.
15. Фурман А. В. Методолог – професія майбутнього. Психологія і суспільство: український теоретико-методологічний соціогуманітарний часопис. 2016. № 1 (63). С. 16–42.
16. Шинкарук В.І. Вибрані твори: у 3-х т. К.: Український Центр духовної культури, 2004. Т. 3, Ч 1.
17. Шюц А., Лукман Т. Структури життєсвіту. Київ: Український Центр духовної культури, 2004.