

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра менеджменту підприємств

МЕНЕДЖМЕНТ У МЕДІАБІЗНЕСІ

СЕРТИФІКАТНА ПРОГРАМА для першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти

спеціальності 073 Менеджмент

Ухвалено Методичною радою
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Протокол 8 02.06.2023 .

Введено в дію наказом
/233/2023 05.07.2023

КИЇВ 2023

Розробники сертифікатної програми:

Григорова Зоя Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту підприємств

Дергачова Ганна Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту підприємств

Колешня Яна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту підприємств

Сухорукова Ольга Аркадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту підприємств

Шендерівська Ліна Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту підприємств

ОПИС СЕРТИФІКАТНОЇ ПРОГРАМИ

1. Загальна інформація

Назва сертифікатної програми	Менеджмент у медіабізнесі
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	Менеджмент і бізнес-адміністрування Логістика Менеджмент міжнародного бізнесу Управління бізнесом, інновації і підприємництвом
Факультет / Інститут	Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра	Кафедра менеджменту підприємств
Обсяг сертифікатної програми	28 кредитів ЄКТС
Мова(и) викладання	Українська
Документ про опанування сертифікатної програми	Сертифікат встановленого зразка КПІ ім. Ігоря Сікорського
Термін дії програми	безстроково
Інтернет-адреса постійного розміщення сертифікатної програми	https://kafedra.management.fmm.kpi.ua/main/?p=5345

2. Мета сертифікатної програми

Сертифікатна програма розроблена для поглибленого вивчення студентами специфіки управління підприємствами медійної сфери. Медійна сфера – це сукупність суб'єктів, що створюють і розповсюджують контент, використовуючи широкий спектр комунікаційних технологій. Медіабізнес є складовою сучасної креативної економіки, що розвивається в умовах диджиталізації, глобалізації, інтенсивних продуктових та організаційних перетворень. Успішне управління медійними підприємствами вимагає поглиблених знань щодо особливостей виробництва та дистрибуції медійної продукції, специфіки правового регулювання, сучасних принципів, підходів та практик медійного менеджменту. Метою сертифікатної програми є підготовка фахівців, здатних організувати розробку та просування медійного продукту та забезпечити високу конкурентоспроможність та стійкий розвиток медійного підприємства на основі розробки сучасних бізнес-моделей з урахуванням особливостей ринкової моделі медіа, специфіки правового регулювання та сучасних перетворень у медіавиробництві.

Отримані компетенції дозволяють випускникам працювати керівниками традиційних та новітніх засобів масової інформації, видавництва, рекламних та PR-агентств, менеджерів диджитал- та медіапроектів, менеджерів маркетингових комунікацій, більш ефективно підтримувати інформаційну безпеку підприємства та організувати комунікації підприємств з контактними аудиторіями засобами медіа.

3. Особливості участі слухачів Сертифікатної програми

Сертифікатна програма розрахована на студентів денної форми навчання. Запис на програму відбувається в період реалізації студентами права на вільний вибір навчальних дисциплін на наступний навчальний семестр. Особливих передумов для опанування сертифікатної програми немає.

3.1. Сертифікатна програма (СП) «Менеджмент у медіабізнесі» представляє спеціалізований комплекс пов'язаних між собою дисциплін (освітніх компонентів) встановленої тривалості, який передбачає професійно спрямовану підготовку слухачів (студентів кафедри менеджменту підприємств Факультету менеджменту та маркетингу та інших факультетів/інститутів КПІ ім. Ігоря Сікорського, а також зовнішніх слухачів).

3.2. Освітні компоненти сертифікатної програми складаються з вибіркового першого (бакалаврського) рівня вищої освіти загальним обсягом 28 кредитів.

3.3. Запис здобувачів вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського на дисципліни СП проводиться у встановлені терміни запису на вибіркові дисципліни.

3.4. Зарахування слухачів на СП здійснюється за розпорядженням декана Факультету менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

3.5. Забезпечення цільової аудиторії передбачає формування групи з числа студентів кафедри менеджменту підприємств, а також зовнішніх слухачів.

3.7. СП «Менеджмент у медіабізнесі» надається на платній основі для зовнішніх слухачів, студентів кафедри менеджменту підприємства, інших здобувачів вищої освіти університету, які у випадку опанування СП перевищують кількість кредитів, передбачених освітні програми за спеціальністю «Менеджмент».

4. Компетентності та очікувані результати навчання

Сертифікатну програму запропоновано як профілізаційну складову за спеціальністю 073 «Менеджмент» для задоволення освітніх потреб здобувачів та формування ними індивідуальної траєкторії здобуття вищої освіти. Сертифікатна програма передбачає підвищення рівня сформованості фахових компетентностей посилення професійної підготовки за спеціальністю, і набуття знань та навиків роботи у сучасній медійній економіці.

Сертифікатна програма спрямована на засвоєння слухачами особливостей, принципів та підходів управління діяльністю медійних підприємств в умовах розвитку інноваційних процесів галузі, підвищення ступеня конвергенції, диджиталізації та персоналізації.

Всі курси, з яких сформовано зміст сертифікатної програми є унікальними, авторськими, викладаються лише в КПІ ім. Ігоря Сікорського, характеризуються практичністю та актуальністю інформації, що дозволяє отримати додаткові знання та навички, розширити коло кар'єрних можливостей в сфері управління бізнесом.

компетентності	<ul style="list-style-type: none">- Здатність визначати та аналізувати тенденції розвитку медіагалузі та специфіку різних видів медіа;- Здатність розуміти економічні основи функціонування медійних організацій- Розуміти принципи і норми права у медіабізнесі та обґрунтовано застосовувати їх в практиці функціонування медійних підприємств;- здатність аналізувати нормативні акти у сфері медіа і на цій основі приймати обґрунтовані управлінські рішення;- здатність розробляти проекти по впровадженню digital-технологій- здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості розвитку організації, перспективні напрями діяльності, обґрунтовувати механізми трансформації систем управління на основі digital-технологій;- здатність розробити та обґрунтувати бізнес-модель підприємства медійної галузі з урахуванням специфіки «здвоєного» ринку та перспективних технологічних та продуктових новацій- здатність планувати та управляти рекламною діяльністю підприємства,- здатність визначати ефективність рекламної діяльності- здатність формувати висновки й рекомендації з обґрунтування пріоритетних напрямів рекламної діяльності підприємств- здатності проектувати організаційні структури служби PR та корпоративних медіа та керувати ними;- здатності розробляти обґрунтовану інформаційну політику, визначати і формулювати основні рекомендації для встановлення та підтримки взаємовигідних відносин із ЗМІ;- здатності застосовувати інструментарій PR з метою формування або підтримки позитивного іміджу підприємства/організації;- здатності планувати, розробляти, організовувати та проводити PR-кампанії- здатність використовувати дані маркетингових досліджень медіаринку, медіаметрії як засіб одержання достовірної інформації для комплексного оцінювання результатів функціонування медійних підприємств
----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - здатність організувати діяльність творчого колективу медійного підприємства, спрямовану на створення конкурентоспроможного медійного продукту - здатність організувати бізнес-процеси виробництва, просування та реалізації медійної продукції та послуг та забезпечити стійкий розвиток підприємств
<p>очікувані результати навчання</p>	<ul style="list-style-type: none"> - знати основні тенденції та перспективні напрями розвитку світової та вітчизняної медійної галузі - вміти розраховувати показники та встановлювати критерії ефективності діяльності медійних організацій - знати асортимент, формати, технології та принципи створення медійної продукції - знати основи правового регулювання медіабізнесу та окремих його видів; - вміти використовувати правові інструменти для захисту авторських та суміжних прав у сфері медіа; - вміти розробляти та укладати договори в медіабізнесі; - знати сучасні технології оцифровки, цифровізації та оптимізації бізнес-процесів, управлінської діяльності; основи digital-маркетингу, е-комерції, аналітики; вплив цифрових технологій на формування цінності продукту; особливості функціонування та переваг цифрових платформ та цифрових екосистем; технологій штучного інтелекту, IoT, Big Data, AR/VR, колективного інтелекту, машинного навчання; менеджменту організації на основі digital-технологій для забезпечення ефективності діяльності організації - Уміти: будувати співпрацю з цифровими споживачами та оперувати клієнтським досвідом за допомогою digital; створювати цифровий контент; вносити пропозиції щодо оцифрування та діджиталізації бізнес-процесів підприємства; формувати ефективну організаційну структуру компанії на основі діджитал. - знати основні компоненти бізнес-моделей, технологію формування бізнес моделі медійного підприємства, методи що застосовуються для формування та реалізації ефективної бізнес-моделі - вміти здійснювати дослідження середовища медіа та його аудиторії та формувати ціннісну пропозицію медіа; розвивати та ефективно використовувати сучасні платформи та канали дистрибуції медійного продукту; розробляти моделі монетизації медіа з урахуванням тенденцій зміни традиційних моделей отримання доходу; управляти витратами медійного підприємства; аналізувати та ефективно реагувати на ризики та можливості у медіабізнесі. - вміти розробляти тактичні і стратегічні плани рекламної діяльності; - вміти визначати ефективність рекламної кампанії та розробляти рекомендації щодо її удосконалення - знати теоретичні засади концепції PR у сучасних умовах; ролі PR-служби у функціональній структурі підприємства; типології громадськості; основні методи і прийоми впливу на громадську думку. - уміти використовувати методи та прийоми PR для формування вираженої інформаційної політики організації; ефективно взаємодіяти з громадськістю в процесі управління підприємством; формулювати PR-звернення, направлені на формування іміджу підприємства; володіти інструментами планування, організації й проведення PR-кампаній; - приймати обґрунтовані рішення та виконувати основні управлінські функції з урахуванням специфіки діяльності медійних підприємств - приймати обґрунтовані рішення щодо організації виробництва та дистрибуції медіапродукту; - аналізувати результати функціонування підприємства та приймати коригуючі дії, спрямовані на підвищення ефективності функціонування;

5. Перелік освітніх компонентів

Освітні компоненти сертифікатної програми	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр вивчення
Основи медіабізнесу	4	залік	5
Правове регулювання медіабізнесу	4	залік	5
Диджитал менеджмент	4	залік	5
Сучасні бізнес-моделі у медіа	4	залік	5
Рекламний менеджмент	4	залік	6
PR-менеджмент та корпоративні медіа	4	залік	6
Управління медіапідприємствами	4	залік	6
Загальний обсяг кредитів ЄКТС	28		

6. Викладання та оцінювання

Викладання та навчання	Лекційні курси, семінари та практичні заняття, комп'ютерні практикуми, консультації, самостійна підготовка у бібліотечних фондах, використання Інтернет-ресурсів, застосування інформаційно-комунікаційних технологій (e-learning, онлайн-лекції, дистанційні курси),
Оцінювання	Види контролю результатів навчання: поточний, календарний, семестровий. Контроль проводиться згідно з Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського. Оцінювання результатів навчання здійснюється за рейтинговими системами, визначеними у силабусах навчальних дисциплін. Рейтингові системи оцінювання складені згідно з вимогами Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського

7. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	До реалізації сертифікатної програми залучені 5 викладачів кафедри менеджменту підприємств, доцентів, к.е.н. Всі викладачі відповідають вимогам п. 38 Ліцензійних умов
Матеріально-технічне забезпечення	У процесі підготовки здобувачів за освітньою програмою використовується матеріально-технічна база КПІ ім. Ігоря Сікорського, яка відповідає ліцензійним вимогам та вимогам здійснення освітньої діяльності. Кафедра менеджменту має навчальну мультимедійну лабораторію, оснащену сучасними комп'ютерами, ліцензійним програмним забезпеченням з підключенням до внутрішньої мережі.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Дисципліни забезпечуються навчальними посібниками, монографіями викладачів, які забезпечують викладання дисциплін, відеолекціями, методичними рекомендаціями до виконання практичних робіт, а також комп'ютерних практикумів, на платформі дистанційного навчання «Сікорський», а також сучасними засобами комунікацій. Кафедра менеджменту підприємств забезпечена доступом до бази даних «YouControl», яка використовується для аналізу даних по підприємствам.

Дисципліна	Основи медіабізнесу
Кафедра, що забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3, 5
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 годин аудиторної роботи та 66 годин самостійної роботи
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ економіки, менеджменту, маркетингу
Що буде вивчатися	Основні поняття медіабізнесу, загальна характеристика медіа ринку, традиційні та нові медіа, форми організації медіабізнесу, медіапланування
Чому це цікаво/треба вивчати	Суттєвою частиною національної і світової економічної системи є медіаіндустрія, яка, окрім внеску у створення світового валового продукту має значний вплив на всі аспекти життєдіяльності як окремої особистості, так і суспільства та держави в цілому. Вивчення дисципліни дозволить сформувати систему комплексних знань щодо особливостей функціонування медіа підприємств, сучасного стану та тенденцій розвитку медіа галузі, особливостей сучасних медіамоделей та специфіки різних видів медіа.
Чому можна навчитися	<p>знання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особливостей функціонування медіа галузі; - специфіки формування економічних моделей, розрахунку показників та встановлення критеріїв ефективності діяльності медійних організацій - асортименту, форматів, технологій та принципів створення (розробки), виробництва та просування медійної продукції <p>уміння:</p> <ul style="list-style-type: none"> - орієнтуватися в управлінських та економічних аспектах функціонуванні різних типів медіа організацій; - використовувати отримані знання для розширення та підвищення ефективності функціонування медіа організацій
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набутими знаннями та вміннями можна користуватися в області управління діяльністю медіа організацій
Інформаційне забезпечення	Силабус дисципліни, навчальний посібник (електронне видання), методичні рекомендації, презентації лекцій.
Вид семестрового контролю	залік

Дисципліна	Правове регулювання медіабізнесу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4, 7
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 годин аудиторної роботи та 66 годин самостійної роботи
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ правознавства, цивільного та господарського права України
Що буде вивчатися	Загальні засади правового регулювання медіабізнесу в Україні, законодавство України у сфері медіа, правове регулювання у сфері друкованих медіа, правове регулювання діяльності радіо- і телекомпаній, телекомунікацій, правове регулювання рекламної діяльності. Особливості захисту авторського і суміжних прав в сфері медіа. Правові засади боротьби з нелегальним використанням контенту (піратством). Особливості ліцензування і договірної практики у медіабізнесі
Чому це цікаво/треба вивчати	Для побудови ефективної взаємодії підприємства і медіа, для управління господарською діяльністю медіа-підприємств, для захисту прав та інтересів суб'єктів медіабізнесу, для ефективного захисту від незаконного розповсюдження контенту.
Чому можна навчитися	<ul style="list-style-type: none"> – основам правового регулювання медіабізнесу; – орієнтуватися в порядку створення підприємства в сфері медіа; – розумінню специфіки правового регулювання кожного виду медіа; – алгоритму дій при необхідності захистити авторське, суміжні права в сфері медіа; – укладати договори в медіабізнесі.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набутими знаннями та вміннями можна користуватися при подальшому працевлаштуванні у медіа-підприємства або організації, при управлінні медіабізнесом на посаді керівника, а також при управлінні підприємством з питань, пов'язаних з медіа.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус дисципліни, рейтингова система оцінювання, навчальні посібники в електронному доступі.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	ДІДЖИТАЛ-МЕНЕДЖМЕНТ
Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3, 5
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години аудиторної роботи та 66 години самостійної роботи
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ менеджменту, інформаційно-комунікаційних технологій
Що буде вивчатися	Особливості цифровізації та цифрової трансформації; цифрові технології, що використовуються або впливають на діяльність підприємств; основна інформація щодо цифрових бізнес-моделей, цифрових платформ.
Чому це цікаво/треба вивчати	Діджитал технології глибоко проникли у діяльність підприємств, а тому важливо знати та вміти застосовувати напрями та способи їх використання з метою підвищення конкурентоспроможності, ефективності діяльності. Будуть розглянуті як програмні засоби, що використовуються в управлінні та трансформації бізнес-процесів, так і ті, що змінюють виробничу діяльність.
Чому можна навчитися	<p>знання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сучасних технологій оцифровки, цифровізації та оптимізації бізнес-процесів, управлінської діяльності; - основ digital-маркетингу, е-комерції, аналітики; - впливу цифрових технологій на формування цінності продукту; - особливостей функціонування та переваг цифрових платформ та цифрових екосистем («розумне місто», «розумна фабрика»); - технологій штучного інтелекту, IoT, Big Data, AR/VR, колективного інтелекту, машинного навчання; - менеджменту організації на основі digital-технологій для забезпечення ефективності діяльності організації <p>вміння:</p> <ul style="list-style-type: none"> - будувати співпрацю з цифровими споживачами та оперувати клієнтським досвідом за допомогою digital; - створювати цифровий контент; - вносити пропозиції щодо оцифрування та діджиталізації бізнес-процесів підприємства; - формувати та оптимізувати бізнес-модель підприємства з використанням нових технологій, формувати цифрову бізнес-модель; - формувати ефективну організаційну структуру компанії на основі діджитал.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання та вміння можна застосовувати при плануванні діяльності підприємства, виборі напрямів підвищення продуктивності процесів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус дисципліни, онлайн-курс у Moodle, практичні заняття, URL: https://classroom.google.com/c/NTI2NTcwNTc5NDQ0?hl=ru&cjc=wbgb65g
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Сучасні бізнес-моделі у медіа
Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3, 5
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години аудиторної роботи та 66 години самостійної роботи
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ менеджменту, основ маркетингу, економіки підприємства
Що буде вивчатися	Теоретичні засади бізнес-моделювання. Технологія формування бізнес-моделі медіа-підприємства Цільова аудиторія медіа Формування ціннісної пропозиції медіа Канали дистрибуції медіапродукції Структура доходів та проблеми монетизації медіа Структура витрат у медіабізнесі Ризики і можливості медіабізнесу
Чому це цікаво/треба вивчати	У практиці медійних підприємств реалізуються специфічні бізнес-моделі, знання яких дозволяє більш ефективно реалізовувати редакційну політику та забезпечувати монетизацію контенту. Дисципліна покликана ознайомити студентів з основами сучасного бізнес-моделювання у медіасфері.
Чому можна навчитися	знання: основні компоненти бізнес-моделей, технології формування бізнес-моделі медійного підприємства, методів що застосовуються для формування та реалізації ефективної бізнес-моделі вміння: здійснювати дослідження середовища медіа та його аудиторії та формувати ціннісну пропозицію медіа; розвивати та ефективно використовувати сучасні платформи та канали дистрибуції медійного продукту; розробляти моделі монетизації медіа з урахуванням тенденцій зміни традиційних моделей отримання доходу; управляти витратами медійного підприємства; аналізувати та ефективно реагувати на ризики та можливості у медіабізнесі.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання та вміння можна застосовувати при плануванні діяльності медійного підприємства, просуванні та монетизації медійного продукту.
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення дисципліни складається з силабусу, рейтингової системи оцінювання, навчальних посібників.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Рекламний менеджмент
Кафедра, що забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень ВО	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3, 6
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 годин аудиторної роботи та 66 годин самостійної роботи
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ економіки, менеджменту, маркетингу
Що буде вивчатися	Дослідження рекламного ринку; планування рекламної діяльності; медіа планування; оцінювання ефективності рекламної діяльності організації
Чому це цікаво/треба вивчати	Успіх медіаорганізації на ринку багато в чому залежить від ефективності її маркетингових комунікацій, складовою частиною яких є реклама. Ефективна реклама є одним із шляхів збільшення обсягів продажу та/або отримання додаткового прибутку, досягнення прихильності потенційних споживачів до товару. Рекламний менеджмент охоплює весь процес – від визначення потреби в рекламі до оцінки ефективності рекламної компанії.
Чому можна навчитися	Проводити рекламні дослідження ринків; планувати та управляти рекламною діяльністю підприємства, визначати ефективність рекламної діяльності, формувати висновки й рекомендації з обґрунтування пріоритетних напрямів рекламної діяльності підприємств
Чому можна навчитися	знання: <ul style="list-style-type: none"> - основних підходів та методів розробки та проведення рекламної кампанії підприємства; - основних методів оцінки ефективності рекламних заходів; аналізу ефективності рекламної роботи; уміння: <ul style="list-style-type: none"> - вміти розробляти тактичні і стратегічні плани рекламної діяльності; - вміти визначати ефективність рекламної кампанії та розробляти рекомендації щодо її удосконалення.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набутими знаннями та вміннями можна користуватися при розробці тактичних і стратегічних планів рекламної діяльності; визначенні ефективності рекламної кампанії та розробці рекомендацій щодо її удосконалення.
Інформаційне забезпечення	Силабус дисципліни, навчальний посібник, презентації лекцій.
Вид семестрового контролю	залік

Дисципліна	PR-менеджмент та корпоративні медіа
Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 годин аудиторної роботи та 66 годин самостійної роботи
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ менеджменту підприємства, операційного менеджменту
Що буде вивчатися	Теоретичні засади концепції PR у сучасних умовах; роль PR-служби у функціональній структурі підприємства; типологія громадськості; основні методів і прийомів впливу на громадську думку, особливості управління іміджем підприємства, прийоми PR для формування виваженої інформаційної політики організації; інструментарій планування, організації й проведення PR-кампаній
Чому це цікаво/треба вивчати	Для отримання теретичних знань та практичних навичок в сфері PR, для формування виваженої інформаційної політики організації та побудови взаємодії між організацією і цільовою громадськістю. Необхідно вміти правильно готувати, організувати і впроваджувати PR-кампанії.
Чому можна навчитися	<ul style="list-style-type: none"> - проектувати організаційні структури служби PR та корпоративних медіа та керувати ними; - розробляти обґрунтовану інформаційну політику, визначати і формулювати основні рекомендації для встановлення та підтримки взаємовигідних відносин із ЗМІ; - застосовувати інструментарій PR з метою формування або підтримки позитивного іміджу підприємства/організації; - застосовувати методи впливу на громадськість; - планувати, розробляти, організувати та проводити PR-кампанії.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набутими знаннями та вміннями можна користуватися при подальшому працевлаштуванні у PR-відділ підприємства або спеціалізовану PR-агенцію, при роботі PR-менеджером підприємства та при управлінні підприємством керівником у разі відсутності відповідної посади в штаті.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус дисципліни, рейтингова система оцінювання, навчальні посібники в електронному доступі.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Управління медіапідприємствами
Кафедра яка забезпечує викладання	Менеджменту підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (семестр)	3(6)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (120 годин, в т.ч. 54 год.аудиторної роботи, 66 год. самостійної роботи)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання таких дисциплін: менеджмент, маркетинг, економіка підприємства
Що буде вивчатися	У дисципліні вивчаються: правові засади управління у медіабізнесі, зовнішнє та внутрішнє середовище медіапідприємства, планування діяльності медіа, стратегії медіапідприємств, організація виробництва медійної продукції, управлінська структура медіапідприємств, мотивація, стимулювання та оплата праці у медіабізнесі, управління дистрибуцією медійної продукції, оцінка ефективності функціонування медійного підприємства
Чому це цікаво/треба вивчати	Для організації ефективного функціонування медіапідприємства важливо розуміти специфіку середовища медіа, його вплив на формування стратегії підприємства, розуміти правила організації виробничого процесу у медіа, особливості здійснення мотивації та оплати праці учасників медійного виробництва; обґрунтовано приймати рішення щодо ресурсного забезпечення виробничого процесу; об'єктивно оцінювати результати функціонування медіа.
Чому можна навчитися	Знання: <ul style="list-style-type: none"> - особливостей виконання управлінських функцій у медіабізнесі; - специфіки маркетингових досліджень медіаринку, медіаметрії; - особливостей організації виробництва медіапродукції на різних медійних підприємствах; Вміння: <ul style="list-style-type: none"> - аналізувати результати функціонування медіапідприємства та реалізувати коригуючі дії, спрямовані на підвищення ефективності функціонування; - приймати обґрунтовані рішення щодо управління медіапідприємствами, організації виробництва та дистрибуції медіапродукту;
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набутими знаннями і вміннями можна користуватися при виконанні управлінських функцій у медіапідприємстві або медіапроекті, для організації діяльності творчого колективу, створення конкурентоспроможного медійного продукту, забезпечення стійкого розвитку медіапідприємства
Інформаційне забезпечення	інформаційне забезпечення дисципліни складається з силабусу, рейтингової системи оцінювання, навчальних посібників у електронному доступі.
Вид семестрового контролю	Залік