

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Кафедра культурології та медіакомунікацій

УПРАВЛІННЯ МЕДІАПРОЄКТАМИ

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу
для студентів другого (магістерського) рівня спеціальності 061 Журналістика

Харків, 2024

УДК 070:005.8](073)

У 67

Друкується за рішенням науково-методичної ради Харківської державної академії культури (протокол № 13 від 29.04.2024 р.)

Рецензенти:Хавкіна Л.М., доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Кобєлев О.М., доктор наук із соціальних комунікацій, проф. ХДАК

Укладач

В. А. Маркова, доктор наук із соціальних комунікацій, проф. ХДАК

У 67 **Управління медіапроектами** : програма та навч.- метод. матеріали до курсу для студентів другого (магістер.) рівня, спец. 061 «Журналістика» / М-во культури та інформ. політики України, Харків. держ. акад. культури, Каф. культурології та медіакомунікацій ; [уклад. В. А. Маркова]. Харків : ХДАК, 2024. 15 с.

Навчальна дисципліна «Управління медіапроектами» є професійно-орієнтованою дисципліною для підготовки магістрів за освітньою програмою «Журналістика». Зміст курсу присвячено опануванню технології проектної діяльності в медіа-сфері. Для студентів та викладачів спеціальності 061 Журналістика, слухачів системи підвищення кваліфікації та післядипломної освіти.

УДК 070:005.8](073)

© Харківська державна академія культури, 2024

© Маркова В. А., 2024

I. Програма навчальної дисципліни
Управління медіапроектами
Опис предмета навчальної дисципліни
Предмет: медіапроектна діяльність

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 06 Журналістика (шифр і назва)	Обов'язкова	
	Напрямок підготовки (шифр і назва)		
Індивідуальне науково-дослідне завдання <i>курсова робота або аналог</i> (назва)	Спеціальність 061 Журналістика Освітня програма Журналістика	Рік підготовки:	
		1-й	-
Семестр			
2-й		-	
Лекції			
18 год.		-	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента - 4	Ступінь: магістр	Практичні, семінарські	
		12 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		80 год.	-
		Індивідуальні завдання: -	
		Вид контролю: іспит 2сем.	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання — 30/60

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Управління медіа-проектами» входить до обов'язкових дисциплін циклу професійної підготовки.

Мета курсу: набуття знань, вмінь і навичок для здійснення проєктної діяльності в медіа-сфері.

Вона передбачає набуття студентами наступних **компетентностей**:

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК07. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та /або інноваційного характеру у сфері журналістики.

СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

Навчальна дисципліна передбачає формування наступних **програмних результатів навчання**:

РН03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних. перевіряти їх достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.

РН05 Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіа продуктів.

РН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних, культурних, етичних аспектів.

Зміст і структура навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна складається з 2 залікових та 2 змістових модулів, які містять 8 тем, пов'язаних між собою змістовними складовими.

Розділ 1. Теоретичні засади створення медіа-проекту

Тема 1. Медіа-проектна діяльність: загальна характеристика

Тема 2. Огляд українського медіа-ринку.

Тема 3. Виявлення перспективних напрямків на вітчизняному медіа-ринку

Тема 4. Засоби і інструменти реалізації медіа-проекту в Україні

Розділ 2. Практичні та економічні особливості управління медіа-проектами

Тема 5. Пошук джерел фінансування

Тема 6. Планування реалізації проєкту

Тема 7. Людський фактор в проєктній діяльності

Тема 8. Презентація та запуск медіа-проекту

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин										
	денна форма						Заочна форма				
	усього	у тому числі					усього	у тому числі			
		л	пр	лаб	інд	с.р.		л	се м	лаб	інд
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Розділ 1	Теоретичні засади створення медіа-проєкту										
Медіа-проєктна діяльність: загальна характеристика		2				7					
Огляд українського медіа-ринку.		2	2			7					
Виявлення перспективних напрямків на вітчизняному медіа-ринку		2	2			8					
Засоби і інструменти реалізації медіа-проєкту в Україні		3	2			8					
Разом за розділом 1	45	9	6			30					
Розділ 2 Практичні та економічні особливості управління медіа-проєктами											
Пошук джерел фінансування		2	2			4					
Планування реалізації проєкту		3	2			4					
Людський фактор в проєктній діяльності		2	2			4					
Презентація та запуск медіа-проєкту		2				18					
Разом за розділом 2	45	9	6			30					
Всього годин	90	18	12			60					

ЗМІСТ КУРСУ

ВСТУП

«Управління медіа-проектами» як навчальна дисципліна. Теоретичне та практичне значення курсу. Предмет, особливості курсу, його мета, завдання. Зміст та структура навчальної дисципліни. Взаємозв'язок курсу з іншими дисциплінами. Форми аудиторних навчальних занять. Засоби та методи самостійної роботи студентів у процесі вивчення дисципліни. Джерелознавча база вивчення курсу: нормативні документи, основна і додаткова література.

Розділ 1 Теоретичні засади створення медіа-проекту

Тема 1. Медіа-проектна діяльність: загальна характеристика

Проектний підхід: причини популярності в сучасному медіа-середовищі. Основні поняття: проєкт, медіа-проект. Класифікація медіа-проектів. Управління медіа-проектом і управління медіа-контентом: головні відмінності.

Рекомендована література: [1, 2, 8, 10]

Самостійна робота: Терміносистема напрямку медіа-проектної діяльності – 7 год.

Тема 2. Огляд українського медіа-ринку

Світові тенденції у медіа-сфері. Головні тенденції розвитку вітчизняного медіа-ринку. Медіа-проекти на українському медіа-ринку. Успішні проекти вітчизняного авторства, закордонні франшизи. Обмеженість тематики українських медіа-проектів. Регіональні медіа-проекти. Порівняння успішних медіа-проектів в Україні, Британії, США. Аналіз успішних проєктів.

Рекомендована література: [4, 5, 6]

Самостійна робота: Аналіз українського медіа-ринку – 7 год.

Практична робота: Порівняльний аналіз успішних медіа-проектів – 2 год.

Тема 3. Виявлення перспективних напрямків на вітчизняному медіа-ринку

Основні методи аналізу медіа-ринку. Вивчення продукту, представленого в сучасних медіа, визначення унікальності власної ідеї та представленості подібних продуктів на ринку. Аналіз конкурентного середовища.

Визначення та вивчення цільової аудиторії. Виявлення ядерної ЦА та пошук додаткових засобів, для її розширення.

Рекомендована література: [1, 16]

Самостійна робота: Аналіз конкурентного середовища – 8 год.

Практична робота: Аналіз ЦА для реалізації власного медіа-проекту -2 год.

Тема 4. Засоби і інструменти реалізації медіа-проекту в Україні

7 ключових питань для початку роботи над проєктом. Обґрунтування мети проєкту. SMART-аналіз. Неймінг. Візуальна концепція медіа-проекту. Логотип. Визначення майданчику для реалізації проєкту. Прорахунок найбільш перспективних засобів реалізації. Аналіз перспектив з врахуванням особливостей жанру, ЦА, комбінація кількох майданчиків.

Рекомендована література: [7, 15, 17]

Самостійна робота: Розробка візуальної концепції медіа-проекту – 8 год.

Практична робота: SMART-аналіз для реалізації власного медіа-проекту – 2 год.

Розділ 2 Практичні та економічні особливості управління медіа-проектами

Тема 5. Пошук джерел фінансування

Вивчення основних джерел пошуку фінансування. Вибір конкретного джерела під медіа-проект з врахуванням особливостей платформи, ЦА та практичних можливостей.

Основні правила складання грантової заявки. Пошук стейкхолдерів. Матриця стейкхолдерів.

Рекомендована література: [1, 16]

Самостійна робота: Проведення моніторингу інформаційних ресурсів з метою пошуку грантів. Заповнення матриці стейкхолдерів – 4 год.

Практична робота: Заповнення грантової заявки -2 год.

Тема 6. Планування реалізації проекту

SWOT-аналіз. Ієрархічна структура роботи. Бюджет проекту. Аналіз та оптимізація фінансових, технічних та людських ресурсів для конкретного проекту.

Тайм-менеджмент та робота з інвесторами.

Рекомендована література: [12, 14, 16]

Самостійна робота: SWOT-аналіз – 4 год.

Практична робота: Ієрархічна структура роботи -2 год.

Тема 7. Людський фактор в проєктній діяльності

Створення команди. Розрахунок необхідної кількості персоналу для реалізації конкретного проекту. Методи оптимізації завдань та кількості працівників. Об'єднання посад. Діаграма Ганта.

Рекомендована література: [3, 9, 13]

Самостійна робота: Бюджет проекту – 4 год.

Практична робота: Діаграма Ганта – 2 год.

Тема 8. Презентація та запуск медіа-проекту.

Презентація та промоушен медіа-проекту. Комунікаційна підтримка проекту. Методи поширення інформації та засоби аналізу первинних результатів. Пілотний проєкт.

Корекція перспективності проєкту на основі аналітичних даних роботи пілотної чи бета версії.

Рекомендована література: [1]

Самостійна робота: Створення презентації медіа-проекту – 18 год.

II. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ 1

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретичні засади створення медіа-проекту

Тема 1. Медіа-проектна діяльність: загальна характеристика

Самостійна робота студентів. Терміносистема напрямку медіа-проектної діяльності — 7 год.

Мета: оволодіти терміносистемою напрямку медіа-проектної діяльності

Завдання:

1. На основі опрацьованої літератури та джерел, знайдених в мережі Інтернет, зробити термінологічний аналіз поняття «медіа-проект». Оформити завдання у вигляді таблиці:

Визначення	Посилання на джерело	Аналіз

На основі зробленого аналізу запропонувати власне визначення.

2. Створити термінологічний словник понять напрямку медіа-проектної діяльності
Література [1, 18, 20]

Тема 2. Огляд українського медіа-ринку

Самостійна робота студентів. Аналіз українського медіа-ринку – 7 год.

Мета: опанувати навичку медіа-аналізу

Завдання: Ознайомитися з рекомендованими джерелами. Скориставшись ресурсами Інтернет виявити найуспішніші медіа-проекти. Відповісти на наступні питання:

1. Які чинники впливають на розвиток медіа-ринку сучасної України?
2. Які тенденції спостерігаються у зміні медіа-споживання української аудиторії?
3. Які основні тенденції простежуються у розвитку медіа-ринку сучасної України?

Література [4, 5, 6]

Практична робота. Порівняльний аналіз успішних медіа-проектів - 2 год.

Мета: опанувати навичку порівняльного аналізу

Завдання: Обрати два успішних медіа-проекта, заповнити наступну таблицю:

Параметри	Назва медіа-проекту 1	Назва медіа-проекту 2
Мета проекту, місія		
Аналіз назви проекту		
Аналіз візуальної концепції		
ЦА		
Платформа		
Джерела фінансування		
Показники успішності		

Зробити висновки .

Література [4, 5, 6]

Тема 3. Виявлення перспективних напрямків на вітчизняному медіа-ринку

Самостійна робота студентів. Аналіз конкурентного середовища – 8 год.

Мета: навчитися робити аналіз конкурентного середовища

Завдання:

1. Виявити основних конкурентів вашого власного медіа-проекту.
2. Проаналізувати їх з точки зору конкурентних переваг.
3. Дати власні пропозиції щодо того, як можна протистояти цим перевагам.

Література [1]

Практична робота. Аналіз ЦА для реалізації власного медіа-проекту -2 год.

2 год.

Мета: навчитися робити аналіз ЦА

Завдання:

1. Виявити ЦА вашого медіа-проекту.
2. Проаналізувати її за соціально-демографічними та психологічними параметрами.
3. Створити 2-3 аватари своєї цільової аудиторії

Література [1]

Тема 4. Засоби і інструменти реалізації медіа-проекту в Україні

Самостійна робота студентів. Розробка візуальної концепції медіа-проекту – 8 год.

Мета: навчитися самостійно розробляти візуальну концепцію профілю

Завдання: Скориставшись рекомендаціями із запропонованих джерел розробити візуальну концепцію власного медіа-проекту.

Література [7, 15, 17]

Практична робота. SMART-аналіз для реалізації власного проекту – 2 год.

Мета: навчитися робити SMART-аналіз для реалізації власного проекту

Завдання: зробити SMART-аналіз для реалізації власного проекту

1. Проаналізуйте заявлену ціль проекту за допомогою наступного інструменту:

Specific - Чіткі	Чітко та точно сформулюйте, що саме ви хочете. Питання: Що саме ми хочемо досягти / поліпшити / змінити? Чи наша це мета?
Measurable - Вимірювані	Переконайтеся, що ви будете здатні відслідкувати свій прогрес Потрібно позначити число. Числове визначення, кількість в абсолютному або процентному вигляді. Питання: Які результати покажуть завершення мети? Скільки і чого ми хочемо придбати? Які факти підтвердять, що мета по SMART виявилася досягнута?
Achievable - Досяжні	Переконайтеся, що ваша ціль є досяжною при наявних ресурсах Цілі повинні бути одночасно і досяжні, і амбітні. Навіть кілька на межі можливостей. І не забувайте про наявні ресурси, а то їх може просто не вистачити на ваші амбіції ... Питання: Чи зможемо ми досягти цю мету по SMART? Чи не занадто вона складна або легка? Що може завадити, а що нам допомогти?
Relevant – релевантні (узгоджені)	Переконайтеся, що ваша ціль має конкретний результат. Мета повинна бути узгоджена з основними цілями організації і планами. Цілі повинні допомагати виконанню головної місії організації Важлива також узгодженість по ресурсам і співробітникам. Питання: Для чого нам потрібен цей результат? Ми це робимо для того, щоб що? Чи відповідає ця мета стратегічним цілям і місії компанії? Чи не суперечить ця мета іншим завданням?
Time-Bound – обмежені в часі	Визначте остаточну дату для кожного етапу вашої мети. Повинен бути встановлений кінцевий термін для проміжних і для кінцевих підсумків, по закінченню якого буде ясно, наскільки ми близькі до запланованого. Питання:

	Скільки часу нам потрібно для того, щоб прийти до успіху? Коли повинен бути отриманий запланований результат?
--	---

Література [1]

Тема 5. Пошук джерел фінансування

Самостійна робота студентів. Проведення моніторингу інформаційних ресурсів з метою пошуку грантів. Заповнення матриці стейкгоल्дерів – 4 год.

Мета: навчитися працювати з інструментами пошуку джерел фінансування для реалізації власного медіа-проєкту

Завдання:

1. Здійснити моніторинг наступних інформаційних ресурсів:

<https://chaszmin.com.ua/granty-2024/>

[https://u-](https://u-lead.org.ua/news/147?fbclid=IwAR3VSJaO0jtDNZNZ9067JfjDqqDgh3EijDOyV37v3yeUL0bmkJUGqY-HWiM)

[lead.org.ua/news/147?fbclid=IwAR3VSJaO0jtDNZNZ9067JfjDqqDgh3EijDOyV37v3yeUL0bmkJUGqY-HWiM](https://u-lead.org.ua/news/147?fbclid=IwAR3VSJaO0jtDNZNZ9067JfjDqqDgh3EijDOyV37v3yeUL0bmkJUGqY-HWiM)

https://www.prostir.ua/category/grants/?date_event_order=hot

<https://www.grantsense.com.ua/grants2024>

<https://u-lead.org.ua/news/207>

2. Виявити пропозиції, які б найбільшою мірою відповідали вашому медіа-проєкту, обґрунтувати, чому саме.
3. Заповнити матрицю стейкгоल्дерів.



Література [12]

Практична робота. Заповнення грантової заявки -2 год.

Мета: навчитися заповнювати грантові заявки

Завдання: заповнити грантову заявку на реалізацію вашого медіа-проєкту за наступним зразком:

1. ІНФОРМАЦІЯ ПРО УЧАСНИКІВ

П. І. Б.	

2. НАЗВА ПРОЄКТУ ТА ОПИС

Назва проєкту	
Короткий опис проєкту (до 100 слів)	
Тривалість проєкту (рік, місяць)	
Детальний опис проєкту: актуальність, обґрунтування, мета, завдання, цільова аудиторія (до 2000 слів)	
Результат проєкту (до 200 слів)	

3. ПАРТНЕРИ ЗАПРОПОНОВАНОГО ПРОЄКТУ, якщо такі є

Назва організації	Участь в проєкті

Література [1]

Тема 6. Планування реалізації проєкту

Самостійна робота студентів. SWOT-аналіз – 4 год.

Мета: навчитися робити SWOT-аналіз власного медіа-проєкту

Завдання: зробити SWOT-аналіз власного медіа-проєкту

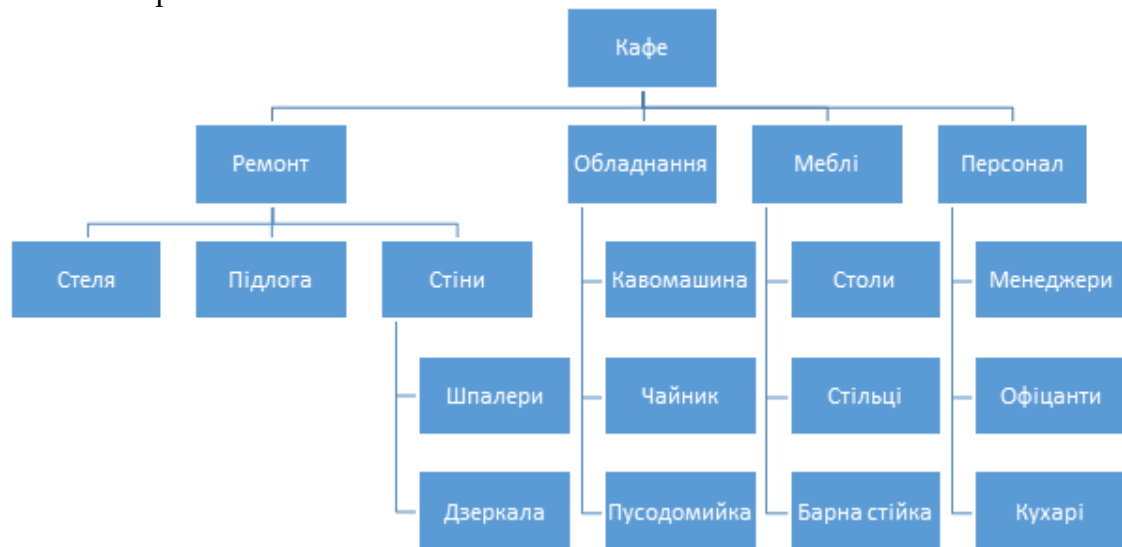
Сильні сторони	Слабкі сторони
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
Можливості	Загрози
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

Література [1]

Практична робота. Ієрархічна структура роботи -2 год.

Мета: навчитися створювати ієрархічну структуру роботи

Завдання: створити ієрархічну структуру роботи над власним медіа-проектом, скориставшись зразком:



Література [1]

Тема 7. Людський фактор в проєктній діяльності

Самостійна робота студентів. Бюджет проекту – 4 год.

Мета: навчитися робити бюджет проекту

Завдання: зробити бюджет власного медіа-проекту

Література [1]

Практична робота. Діаграма Ганта – 2 год. — 2 год.

Мета: навчитися створювати та застосовувати діаграму Ганта для управління медіа-проектом

Завдання: заповнити діаграму Ганта, скориставшись рекомендаціями із запропонованого джерела

Література [13]

Тема 8. Презентація та запуск медіа-проекту

Самостійна робота студентів. Створення презентації медіа-проекту – 18 год.

Мета: навчитися презентувати власний медіа-проект

Завдання: скориставшись усіма завданнями, що були виконані під час самостійної та практичної роботи зробити презентацію власного медіа-проекту

Література [1]

III. РОЗПОДІЛ БАЛІВ. ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Підсумкове оцінювання:

90-100 балів — відмінно (A);

82-89 балів — добре (B);

75-81 балів — добре (C);

67-74 балів — задовільно (D);

60-64 балів — задовільно (E);

35-59 балів — незадовільно з можливістю повторного складання (FX);

1-34 бали — незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу (F).

Розподіл балів

Загальна кількість балів у результаті вивчення курсу — максимальна 100 (з результатами залікового тесту), мінімальна — 60.

Поточне оцінювання

практична робота — 5 балів

самостійна робота — 3 бали;

тест — 6 балів;

підсумковий контроль — 40 балів.

Розділ 1				Розділ 2				Підсумковий контроль	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	40	100
3	8	8	8	8	8	8	9		

IV. Список рекомендованої літератури

Основна література

- 1.Балашов А. І. Управління проєктами. URL: https://stud.com.ua/21029/menedzhment/upravlinnya_proektami
2. Боць Тетяна. Що таке проєктний менеджмент у медіа і чим він відрізняється від управління продуктом. URL: <https://mediamaker.me/shho-take-proyektnyj-menedzhment-u-media-j-chym-vin-vidriznyayetsya-vid-upravlinnya-produktom-4271/>
3. Боць Тетяна Команда, дедлайни та показники успіху: докладні інструкції для медіаменеджерів про старт проєкту. URL: <https://mediamaker.me/komanda-dedlajny-ta-pokaznyky-uspihu-dokladni-instrukciyi-dlya-mediamedzhheriv-pro-start-proyektu-4652/>
4. Гоцур О. Стан медіаринку України у 2022 році на тлі функціонування світового медіабізнесу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. 2023. № 2 (6), С. 15-22. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/sep/31417/5.pdf>
5. Гоцур Оксана Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий-вересень 2022 року) // Communications and Communicative Technologies. 2022. Вип. 22. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/download/198/196>
- 6.Данькова Наталія Десять найважливіших подій медіаринку у 2022 році // Детектор медіа. URL: <https://detector.media/rinok/article/206703/2023-01-05-desyat-nayvazhlyvishykh-podiy-mediarynku-u-2022-rotsi/>
7. Затолук М. Айдентика для локальних медіа. URL: <https://medialab.online/news/design-bez-sliv/>
8. Іванова С. А. Медіапроекти: методична розробка. — Дніпро: ДНУ ім. О. Гончара, 2019. — 31 с. URL: [https://www.researchgate.net/publication/348185977_Mediaproekti_Metodicna_rozrobka_z_practicnimi_zavdannami_do_kursu_Mediaproekti](https://www.researchgate.net/publication/348185977_Mediaproekti_Metodicna_rozrobka_z_prakticnimi_zavdannami_do_kursu_Mediaproekti)
9. Короткий poradnik для менеджера з комунікацій. URL: <https://nachasi.com/2018/07/12/guide-for-manager/>
10. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. Верховна рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
11. Сухорукова О.А., Григорова З.В., Кваско А.В. Тенденції розвитку вітчизняної медіаіндустрії // Проблеми системного підходу в економіці. 2023. випуск № 2(91). С. 94-103.

12. Шевченко Тетяна Стейкхолдери проєкту: хто такі та чому важливо налагодити з ними комунікацію. URL: <https://wizeclub.education/blog/stejkholderi-proyektu-hto-taki-ta-chomu-vazhlivo-nalagoditi-z-nimi-komunikatsiyu/>

13. Що таке Діаграма Ганта і як правильно користуватися? URL: <https://worksection.com/ua/blog/what-is-gantt-chart.html>

14. Як готувати свій медіа проєкт: інгредієнти й технологія. Кейс LIGA. Life. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/07/10/1868/>

15. Як створити правильний логотип: основні правила та рекомендації. URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/yak-stvoriti-pravilnij-logotip-osnovni-pravila-ta-rekomendacziyi>

16. Як створити успішний медіапроєкт? Підсумки онлайн-тренінгу для журналістів Суспільного. URL: <http://kh.suspilne.media/articles/4431>

17. 10 історій від українських медіа з порадами для неймінгу. URL: <https://medialab.online/news/nazva-dlya-media/>

Допоміжна

18. Основи медіаменеджменту: навч. посіб. / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2017. 296 с.

19. Підручник з крос-медіа. URL: <https://issuu.com/victoryshe/docs/crossmedia>

20. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 180 с. URL: <https://docplayer.net/34727495-Konceptualni-osnovi-media-ekonomiki.html>

21. Kwong Robin Project Management in Newsrooms. APM. URL: <https://www.apm.org.uk/v2/media/biafkpx5/project-management-in-newsrooms.pdf>

Інформаційні ресурси:

1. <http://lib-hdak.in.ua> – сайт бібліотеки Харківської державної академії культури.
2. <http://korolenko.kharkov.com> – сайт Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка.
3. <http://www.nbuv.gov.ua> – сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського.
4. <http://mediatopos.org> – Центр медіа комунікацій і візуальних досліджень ХНЦ ім. В. Н. Каразіна.
5. Інститут демократії ім. Пилипа Орлика URL: <http://idpo.org.ua/>
6. Інститут розвитку регіональної преси URL: <https://irrp.org.ua/>
7. Інститут масової інформації URL: <https://imi.org.ua/>
8. Академія української преси URL: <http://www.aup.com.ua/>
9. Детектор медіа URL: <https://detector.media/>
10. Інтерньюз України URL: <https://internews.ua/>
11. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності. URL: <https://www.aup.com.ua/category/library/>
12. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/buty-vidkrytymy-do-vsogo-z-yakymy-urokamy-ta-spogadamy-ukrayinski-mediyniky-jdut-u-novyj-rik-6665/>

VI. Контрольні запитання до курсу

2. Сутність та причини популярності проектного підходу в сучасному медіа-середовищі.
3. Визначення понять «проект», «медіа-проект».
4. Класифікація медіа-проектів.
5. Головні відмінності управління медіа-проектом і управління медіа-контентом.
6. Основні тенденції розвитку українського медіа-ринку.
7. Успішні медіа-проекти вітчизняного авторства, закордонні франшизи.
8. Основні методи аналізу медіа-ринку.
9. Аналіз конкурентного середовища.
10. Визначення та вивчення цільової аудиторії.
11. 7 ключових питань для початку роботи над проектом.
12. Обґрунтування мети проекту. SMART-аналіз.
13. Наймінг у медіа-сфері.
14. Візуальна концепція медіа-проекту. Логотип.
15. Визначення майданчику для реалізації проекту.
16. Прорахунок найбільш перспективних засобів реалізації.
17. Вивчення основних джерел пошуку фінансування.
18. Правила складання партнерської, інвестиційної та рекламної пропозицій.
19. Основні правила складання грантової заявки.
20. Матриця стейкгоल्дерів.
21. SWOT-аналіз.
22. Ієрархічна структура роботи.
23. Бюджет проекту. Аналіз та оптимізація фінансових, технічних та людських ресурсів для конкретного проекту.
24. Тайм-менеджмент та робота з інвесторами.
25. Комунікаційна підтримка проекту.
26. Створення команди для реалізації медіа-проекту.
27. Діаграма Ганта.
28. Презентація та промоушен медіа-проекту.

Навчальне видання

УПРАВЛІННЯ МЕДІАПРОЄКТАМИ

Програма та навчально-методичні матеріали
до курсу для студентів, що навчаються за ОП «Журналістика»

Укладач

МАРКОВА Вікторія Анатоліївна,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Видається в авторській редакції

Комп'ютерний набір В. А. Маркова

План 2024

Підписано до друку 29.04.2024 р. Формат 60х84/16.
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап.
Ум. друк. арк. 7,67. Обл.-вид. арк. 8,52.

Адреса редакції і видавця:
ХДАК, Україна, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4
тел. (057) 731-27-83. e-mail: rrv2000k@ukr.net.
Свідоцтво про держреєстрацію ДК №3274 від 04.09.2008 р.