

# АНОТАЦІЯ ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАС-МЕДІА В УМОВАХ РИНКУ»

## 1. Мета та завдання навчальної дисципліни

**1.1. Метою** курсу є формування професійних компетенцій щодо інформаційних процесів в медіа; освоєння теоретичних та практичних основ медіапланування.

**1.2. Завдання:** опанування знань щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування; ознайомлення з основами медіа-планування та медіа-стратегій; – засвоєння навичок щодо створення медіа-продуктів та використання– сучасних інформаційно-комунікативних технологій.

**1.3. У результаті** вивчення цього курсу студент повинен **знати:**

- способи та послідовність розробки медіаплану;
- специфіку функцій нових медіа засобів і медіатехнологій;
- наслідки впливу медіа технологій на соціум.

**вміти** визначати мету та завдання медійного проекту, критерії його ефективності та реалізації; визначати ефективність комунікаційних каналів; створювати медійний продукт для різних ЗМІ.

**професійні компетентності:**

- знання механізмів функціонування ринку ЗМІ;
- диференціація ринку ЗМІ за типом конкуренції та територіальною ознакою;
- аналіз конкурентного середовища;
- знання інформаційних технологій;
- медіапланування.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Дніпровський національний університет ім. О. Гончара**  
**Факультет систем і засобів масової комунікації**  
**Кафедра масової та міжнародної комунікації**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Декан факультету  
систем і засобів масової комунікації  
проф. Демченко В. Д.

\_\_\_\_\_ 2017 р.

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
**МАС-МЕДІА В УМОВАХ РИНКУ**

**Дніпро – 2017**

**Мас-медіа в умовах ринку.** Програма навчальної дисципліни.- ДНУ, 2017.

**Розробник:** Л. В. Темченко, кандидат філологічних наук, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації ДНУ

**Рецензенти:** О. В. Гудошник, кандидат філологічних наук, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації ДНУ

**Л. В. Хотюн**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації ДНУ

**Затверджено вченою радою факультету систем і засобів масової комунікації**  
**Протокол №** \_\_\_\_\_ **від «** \_\_\_\_\_ **»** \_\_\_\_\_ **2017 р.**

© ДНУ ім. О. Гончара, 2017

## Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників  | Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни |                       |    |   |
|--|--|--------------------------------------|-----------------------|----|---|
|  |  | денна форма навчання                 | Заочна форма навчання |    |   |
| Кількість кредитів — 9.0   | Напрямок підготовки<br>6.030301 Журналістика                     | за вибором                           |                       |    |   |
| Модулів – 1  |  | <b>Рік підготовки:</b>               |                       |    |   |
| Змістових модулів – 2  | Спеціальність (професійне спрямування):                          | 4                                    | 4                     |    |   |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання: немає   |  | <b>Семестр</b>                       |                       |    |   |
| Загальна кількість годин — 324   |  | 7                                    | 8                     | 7  | 8 |
|  |  | <b>Лекції</b>                        |                       |    |   |
| Тижневих годин для денної форми навчання:<br>аудиторних — 3<br>самостійної роботи студента — 7 |  | 36                                   | 14                    | 6  | - |
|  | <b>Практичні, семінарські</b>                                    |                                      |                       |    |   |
|  | 36   | 14                                   | 6                     | -  |   |
|  | <b>Лабораторні</b>   |                                      |                       |    |   |
|  |  |                                      |                       |    |   |
|  | <b>Самостійна робота</b>   |                                      |                       |    |   |
|  | 76   | 148                                  | 40                    | 50 |   |
| —  |  |                                      |                       |    |   |
| <b>Вид контролю:</b><br>залік (7, 8 семестр)   |  |                                      |                       |    |   |

### Примітка.

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

для денної форми навчання — 0.45

для заочної форми навчання — 0.13

## ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Мас-медіа в умовах ринку» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів, напряму 6.030301 – «Журналістика».

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є сучасний медіаринок.

**Міждисциплінарні зв'язки:** курс «Мас-медіа в умовах ринку» пов'язаний із дисциплінами циклу професійної теоретичної та практичної підготовки, а саме: «Теорія та практика журналістики», «Теорія і практика масової комунікації», «Інформаційно-аналітична робота в ЗМК», «Журналістика даних», «Газетно-журнальне виробництво».

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. Нові медіа.
2. Стратегія і тактика медіапланування.

### 1. Мета та завдання навчальної дисципліни

**1.1. Метою** курсу є формування професійних компетенцій щодо інформаційних процесів в медіа; освоєння теоретичних та практичних основ медіапланування.

**1.2. Завдання:** опанування знань щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування; ознайомлення з основами медіа-планування та медіа-стратегій; – засвоєння навичок щодо створення медіа-продуктів та використання – сучасних інформаційно-комунікативних технологій.

**1.3.** У результаті вивчення цього курсу студент повинен **знати:**

- способи та послідовність розробки медіаплану;
- специфіку функцій нових медіа засобів і медіатехнологій;
- наслідки впливу медіа технологій на соціум.

**вміти** визначати мету та завдання медійного проекту, критерії його ефективності та реалізації; визначати ефективність комунікаційних каналів; створювати медійний продукт для різних ЗМІ.

**професійні компетентності:**

- знання механізмів функціонування ринку ЗМІ;
- диференціація ринку ЗМІ за типом конкуренції та територіальною ознакою;
- аналіз конкурентного середовища;
- знання інформаційних технологій;
- медіапланування.

### 2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

#### Модуль 1

#### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. НОВІ МЕДІА.

**Тема 1:** Нові медіа: конкуренція і конвергенція; мультимедійність; громадянська журналістика ; блоги і блогосфера в Україні і світі. Нові технології. Блоги та блогосфера

**Тема 2:** Глобалізація. Багатоаспектність поняття. Глобалізація і мас-медіа. Монополізація та концентрація ЗМІ. Зрощування інформаційного бізнесу з

фінансово-промисловим капіталом як одна із світових тенденцій розвитку журналістики. Глобалізація та глокалізація.

**Тема 3:** Інформаційний простір в умовах глобалізації. Українські медіа в ринкових умовах: проблеми та перспективи. Фактори модернізації. Нові інформаційні технології.

**Тема 4:** Особливості використання мультимедіа в системі журналістських жанрів.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА МЕДІАПЛАНУВАННЯ**

**Тема 1.:** Маркетинг як інструмент в ринковій поведінці ЗМІ.

**Тема 2:** Медіапланування. Основні поняття та етапи. Медіаканал, медіаносій. Інформаційна кампанія. Ситуативний аналіз медійного простору: цілі стратегії, задачі, етапи планування, реалізація плану, корекція. Аналіз конкурентного середовища. Цільова аудиторія, потенційна аудиторія. Альтернативні медіастратегії.

**Тема 3.** Особливості планування різних медіа: телебачення, радіо, преса, Інтернет. Параметри медіаплану для різних ЗМІ. Поняття формату. Інтерактивне середовище.

### **3. Рекомендована література**

#### **Основна:**

1. The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News.”, Jonathan Gray, Lucy Chambers and Liliana Bounegru, O'Reilly Media, August 2012
2. “Transparency in three dimensions”, Frederick Schauer, University of Illinois Law Review, January 2011.
3. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 250 с.
4. Дашевська О.В. Маркетингова політика комунікацій: Збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи студентів. Дніпропетровськ: Видавництво Дніпропетровського університету ім. А. Нобеля. — 2012. — 80 с.
5. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика [Текст]: навч. посіб. / Діброва Т.Г. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009.-320 с.
- 6 Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М., 2010. — 200 с.
- 7 Кіхтан В. В. Інформаційні технології в журналістиці. - Ростов н/Д.: Фенікс, 2004. - Серія «Вища освіта». - 160 с.
- 8 Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М., 2010. — 200 с.
- 9 Медиапланирование для практиков/ В. Н. Бузин, Т. С.Бузина - М.: Вершина, 2006. - 448 с.
10. Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%: 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
11. Основы медиабизнеса./ под ред. Вартанова Е.Л. М.: аспект-пресс, 2009.

12. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації: Навчальний посібник. – Львів: Афіша, 2008.

13. Щепилов К. В. Медиаисследования и медиапланирования. — М.: РИП — холдинг, 2004. — 222 с.

**Інформаційні ресурси:**

1.[http:// www. GRP.ru](http://www.GRP.ru) – сайт Медіапланування по GRP. [http:// www.mediaplan.ru](http://www.mediaplan.ru) – сайт Теорія та практика медіапланування.

2.[http:// www.mediaplanning.com.ua](http://www.mediaplanning.com.ua) – сайт Медіапланування. [http:// www.rmh.ru](http://www.rmh.ru) – сайт дослідного холдингу ROMIR Monitoring.

3.[http:// www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – сайт про медіавимірах.

4.[http:// www. smi.ru/sociology/](http://www.smi.ru/sociology/) – статті з соціології медіа.

5.[http:// www. tisbi.ru/resources/library/18/](http://www.tisbi.ru/resources/library/18/) - електронна бібліотека з соціології.

**4. Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік.**

**5. Засоби діагностики успішності навчання – комплекти завдань для практичних і семінарських занять, тестових, контрольних робіт, індивідуальних завдань.**