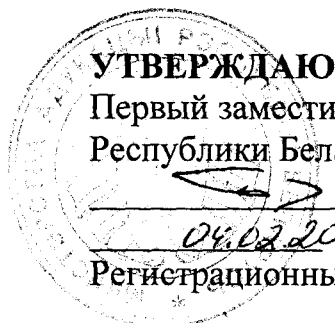


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учебно-методическое объединение по гуманитарному образованию



УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь

В.А.Богущ

04.02.2015

Регистрационный № ТД-Е. 558 / тип.

МЕНЕДЖМЕНТ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ МЕДИА
Типовая учебная программа
по учебной дисциплине для специальности:
1-23 01 08 Журналистика (по направлениям),
направление специальности
1-23 01 08-02 Журналистика (аудиовизуальная)

СОГЛАСОВАНО

Заместитель Министра информации
Республики Беларусь

В.В. Матусевич

17.02.2014г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник Управления высшего
образования Министерства
образования Республики Беларусь

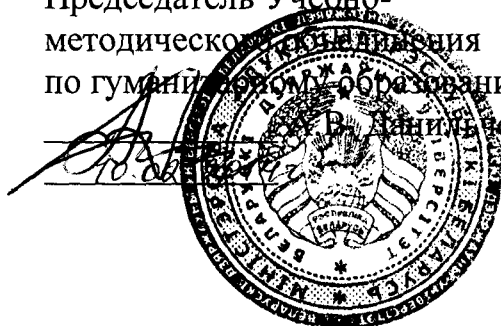
С.И. Романюк

04.02.2015

СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-
методического объединения
по гуманитарному образованию

В.А. Данильченко



СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-
методической работе
Государственного учреждения
образования «Республиканский
институт высшей школы»

И.В. Титович

26.11.2014

Эксперт-нормоконтролер

С.А. Величкова

26.11.2014

Минск 2014

СОСТАВИТЕЛИ:

Стежко Наталья Григорьевна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры телевидения и радиовещания Института журналистики БГУ, магистр бизнес-администрирования

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра кинотелеоператорства факультета экранных искусств учреждения образования «Белорусская государственная академия искусств»;

Корневский Павел Семенович, заместитель генерального директора ЗАО «Столичное телевидение»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой телевидения и радиовещания Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № 7 от 28.01.2014г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета

(протокол № 3 от 29.01.2014г.);

Научно-методическим советом по журналистике Учебно-методического объединения по гуманитарному образованию

(протокол № 3 от 31.01.2014г.).

Ответственный за выпуск Н. Г. Стежко

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Типовая учебная программа по учебной дисциплине «Менеджмент аудиовизуальных медиа» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта по специальности 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)».

Связь с другими специальными учебными дисциплинами, а именно с телепроизводством непосредственная, т.к. взаимообогащение современными знаниями расширяет диапазон и перспективные возможности подготовки специалистов высшего образования первой ступени.

Требования к предъявляемым профессиональным компетенциям (ПК) дисциплины соответствуют образовательному стандарту по специальности 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)». В первую очередь она дает возможность совершенствования профессиональных навыков в области технологии телевидения и радиовещания.

Технология обучения – практико-ориентированная (ПО), которая включает в себя аудиторные занятия (лекционные и семинарские), так и предусматривает выполнение контролируемых заданий самостоятельной работы студентов (СРС).

Цели и задачи учебной дисциплины. Телевидение в современном мире – это наиболее мощное коммуникативное средство, благодаря техническому и творческому потенциалам. Оно является основным источником информации и позволяет человеку расширить свой кругозор при просмотре информационно-аналитических, культурно-просветительных, развлекательных, образовательных программ, документальных и художественных фильмов. Телеканалы во всем мире стали основным средством влияния на общественное мнение и настроение аудитории.

Современное телевидение Республики Беларусь сочетает в себе государственную и продюсерскую системы телепроизводства. В настоящее время в Республике Беларусь работают телевизионные каналы с разной формой собственности. Появилось интернет-телевидение. Телепроизводством занимаются столичные и региональные телекомпании. Объем выпуска телепродукта постоянно растет, растет и численный состав сотрудников телекомпаний, которые включают в себя множество специалистов – людей разных профессий, разных по уровню образования и возрасту. Особую значимость приобретает уровень качества аудиовизуальной продукции. Поэтому очень важным является формирование высокопрофессиональной команды и ее управление.

Для качественной работы таких компаний необходим грамотный менеджмент, т. е. управление ее ресурсами с целью организации основных видов деятельности: планирования, выстраивания организационных связей, мотивирования и контроля.

Цели дисциплины «Менеджмент аудиовизуальных медиа»:

- формирование у студентов понимания «природы менеджмента»;
- создание понятийно-терминологического аппарата, характеризующего телевидение и менеджмент;
- установление взаимосвязи всех понятий, их внутренней логики для согласованного и эффективного функционирования всех внутренних и внешних элементов телекомпании с целью выживания в условиях конкуренции и сохранения ее на рынке в течении длительного времени;
- формирование понимания эффективных инструментов управления для достижения оптимального результата в конкретных условиях и обстоятельствах.

Задачи дисциплины «Менеджмент аудиовизуальных медиа»:

- выработать навыки у студентов эффективной организации телепроизводства с учетом позиционирования телекомпании и спроса целевой аудитории;
 - сформировать представление об эффективном управлении, стимулировании и мотивации сотрудников, а так же о привлечении работников высокой квалификации;
 - научить формировать необходимые ресурсы для создания и продвижения телепродукта, предвидеть риски;
 - усвоить основы организации контроля за деятельностью сотрудников.
- В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- – классификацию менеджмента (творческий, управленческий, технический и т.д.);
- – специфику управления творческими коллективами с финансовыми показателями;
- – специфику кадровой стратегии вещательной организации;
- – центры финансовой ответственности в компании;
- – место и роль рекламного менеджмента в управлении компанией;
- – понятия бизнес-процесса, бизнес-проекта, бизнес-планирования;
- – основы программного менеджмента;
- – юридические основы обеспечения управления компанией;

уметь:

- – уметь определять рациональные границы финансирования производства собственных проектов, а также оптимизировать затраты на приобретение продукта у внешних производителей;
- – вырабатывать стратегию развития вещательной компании;

владеть:

- – навыками анализа и оценки бизнес-планирования вещательной организации;

- – навыками анализа и разработки разных видов менеджмента: финансового, рекламного, управленческого, стратегического, программного.

На изучение дисциплины «Менеджмент аудиовизуальных медиа» для специальности 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)» отведено 96 часов, из них аудиторных - 52 часа (примерное распределение по видам занятий: лекции – 14 часов, практические занятия – 38 часов).

Коды формируемых компетенций: АК – 1, 5, 7, СЛК – 5, ПК – 3,5,34, 35.

Требования к академическим компетенциям специалиста

Специалист должен:

- уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью);
- иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

Требования к социально-личностным компетенциям специалиста

Специалист должен:

- быть способным к критике и самокритике.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста

Специалист должен быть способен:

Творческая деятельность

- владеть основами творческой деятельности теле-, радио- и интернет-журналиста, методикой теле-, радио- и интернет-журналистики, профессиональным мастерством теле-, радио- и интернет-журналиста.

Технологическая деятельность

- владеть навыками разработки, наполнения и обновления сайтов интернет-изданий, информационных агентств, пресс-центров, пресс-служб.

Научно-исследовательская деятельность

- выявлять особенности развития микро- и макроуровневого направлений исследования политической коммуникации;
- выявлять и исследовать основные тенденции в развитии теоретических концепций и прикладных моделей политико-коммуникационных процессов.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«МЕНЕДЖМЕНТ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ МЕДИА»**

№ п/п	Название тем, разделов	Аудиторные занятия	
		Лекции	Практические занятия
1	Введение. Предмет «Менеджмент аудиовизуальных медиа: сущность, основные понятия». Природа менеджмента	2	4
2	Характеристика функций и методов управления. Функции менеджера. Управленческие роли менеджера	2	6
3	Результативность и эффективность менеджмента. Человеческие ресурсы в телекомпании. Мотивация персонала	2	6
4	Управление временем как ведущая компетенция современного руководителя. Лидерские качества руководителя. Принятие управленческих решений	2	6
5	Цели организации: значение, классификация, виды. Организационные связи и отношения в системе менеджмента. Работа в команде	2	6
6	Планирование в организации: понятие и принципы. Методы планирования. План развития организации. Бизнес-план. Стратегический менеджмент телекомпании. Основное понятие, виды деятельности, планирование	2	6
7	Характеристика менеджмента аудиовизуальных СМИ: управление проектом, управление качеством продукции, управление рисками. Инновационный менеджмент. Организационная культура. Корпоративная культура	2	4
ВСЕГО ЧАСОВ:		14	38
		52	

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1: Введение. Предмет «Менеджмент аудиовизуальных медиа: сущность, основные понятия». Природа менеджмента

Понятие «менеджмент». Виды менеджмента по иерархическому уровню. Цели и задачи менеджмента. Принципы менеджмента.

Тема 2. Характеристика функций и методов управления.

Функции менеджера . Управленческие роли менеджера

Работа менеджера в организации. Функции управленческого труда. Экономические, административно-правовые, социально-психологические методы управления – достоинства и недостатки.

Административная (классическая) школа менеджмента. Принципы А. Файоля. Управленческие роли (по Г. Минцбергу)– межличностные, информационные, роли, связанные с принятием решений.

Тема 3. Результативность и эффективность менеджмента.

Человеческие ресурсы в телекомпании. Мотивация персонала

Показатели результативности менеджмента. Эффективность менеджмента. Организация (телекомпания) как основа менеджмента. Основные ресурсы и признаки организации. Жизненный цикл организации.

Понятие трудовые ресурсы. Структура персонала. Требования для успешного формирования и управления персонала. Квалификационные требования к персоналу. Собеседование. Сущность функции мотивации. Теории мотивации: А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, Ф. Герцберг. Пять основных методов мотивации.

Тема 4. Управление временем как ведущая компетенция современного руководителя

Лидерские качества руководителя.

Принятие управленческих решений.

Определение приоритетов. Ключевые области. Выбор тактических целей. Матрица дел менеджера (окна Эйзенхаура). Планирование ежедневных дел: ABC – подход.

Лидерство и власть, виды власти. Теория лидерских качеств. Контроль и этика в менеджменте. Самоменеджмент.

Классификация управленческих решений. Методы управленческих решений: «мозговой штурм», «номинальной групповой техники», «текущий контроль», «итоговый контроль». Полномочия и ответственность: централизация и делегирование.

Тема 5. Цели организации: значение, классификация, виды. Организационные связи и отношения в системе менеджмента. Работа в команде

«Дерево целей». Система управления по целям, этапы. Миссия телекомпании. Внутренняя и внешняя среды организации, основные характеристики и факторы. Ключевые факторы успеха (КФУ).

Основные законы развития организации: закон синергии, закон самосохранения, закон развития. Характеристика команды. Этапы «жизни» команды. Роли участников. Факторы, влияющие на сплоченность команды.

Тема 6. Планирование в организации: понятие и принципы. Методы планирования. План развития организации. Бизнес-план.

Стратегический менеджмент телекомпании. Основное понятие, виды деятельности, планирование

Понятие и принципы планирования. Общие принципы планирования. Методы планирования. Стратегическое планирование: план развития организации. Основные цели и структура бизнес-плана. Оценка стратегии диверсифицированной компании.

Задачи стратегического менеджмента. Этапы стратегического планирования. Базовые стратегии развития организации. Методы стратегического анализа, SWOT-анализ. Определение конкурентного преимущества.

Тема 7. Характеристика менеджмента аудиовизуальных СМИ: управление проектом, управление качеством продукции, управление рисками. Инновационный менеджмент. Организационная культура. Корпоративная культура

Понятие управление проектом. Участники проекта. Категории качества продукции. Управление рисками в организации: поиск внешней и внутренней информации. Основная задача инновационного менеджмента. Принципы управления инновациями. Понятие организационная культура. Классификация организационной культуры. Ценность корпорационной культуры. Стадии развития корпорационной культуры.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

- задания к лабораторным занятиям;
- контролируемые самостоятельные работы;
- мультимедийные презентации;
- подготовленная группой студентов проектная работа по созданию интернет-СМИ.

Рекомендуемыми средствами диагностики могут выступать устные и письменные опросы, задания практической направленности.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов: знакомство с учебно-методической литературой, подготовка материалов для публикации, анализ и оценка заданий, выполненных одноклассниками. Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по учебной дисциплине «Менеджмент аудиовизуальных медиа» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. Студентам в процессе изучения дисциплины «Менеджмент аудиовизуальных медиа» рекомендуется регулярно знакомиться с отечественной и зарубежной учебной и учебно-методической литературой, регулярно слушать белорусские FM-станции, Первый национальный канал Белорусского радио, смотреть белорусские телеканалы (Беларусь-1, Беларусь-2, Беларусь-3, Беларусь-5, СТБ, ОНТ и др. каналы); анализировать аудиовизуальные средства массовой информации по таким параметрам как контент, позиционирование канала, целевая аудитория, объем рекламы, оформление теле- и радиоканала.

Л И Т Е Р А Т У Р А

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2001.
2. Браун Дж. И Коул У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении: В 2-ух томах: Т.2. Пер. с англ.- М.: Мир, 2001.
3. Бёме Г., Календжан С. Межличностные коммуникации при делегировании полномочий и ответственности. – М.: ИД МЕЛАП, 2002.
4. Боумен К. Основы стратегического менеджмента. – Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1997.
5. Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.
6. Голядкин Н.А. Телепрограммирование в США: специфика и приемы. Учеб. пособие. ИПК Работников телевидения и радио. М.: 1997.
7. Горемыкин В.А. Экономическая стратегия предприятия. – М.: Филинь, 2000.
8. Грабуров В.А. Информационные технологии для менеджеров. – М.: Финансы и статистика, 2001.
9. Десслер Г. Управление персоналом: Пер. с англ. – М.: «Издательство БИНОМ», 1997.
10. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика: Пер. с англ. СПб, 1999.
11. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент: Пер. с англ./ Под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: «Питер», 1999.
12. Мастерство продюсера кино и телевидения / под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В. И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
13. Полукаров В.Л. Концептуальные основы управления производством телевизионных программ. М. 1993.
14. Теория системного менеджмента: Учебник // Под ред. В.Г. Янчевского и др. – Мн.: Академия управления при Президенте РБ, 2001.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Беляев И.К. Особенности национального телевидения. М. 2000.
2. Борискин В.В. Правовое регулирование деятельности телерадиокомпаний. М. 1998.
3. Вопросы регионального информационного вещания. Выпуск 1. Сборник материалов под ред. В.П. Незнамова и А.Б. Парканского. М.: ВГТРК. 2001.
4. Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М. 2001.
5. Дугин Е.Я. Местные телерадиокоммуникации: состояние и прогноз. М. 1997.
6. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М. 2000.

7. Основы медиабизнеса. Под ред. Е.Л. Варгановой. – М., 2009.
8. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб.: Знание, 2001.
9. Полукаров В.Л. Концептуальные основы управления производством телевизионных программ. М. 1993.
10. Российское телевидение: между спросом и предложением: В 2 т./Под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. М., 2007.
11. Семенов В.Г. Региональная тележурналистика. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. 2001.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие «менеджмент». Виды менеджмента по иерархическому уровню.
2. Цели и задачи менеджмента. Принципы менеджмента.
3. Характеристика функций управленческого труда.
4. Методы менеджмента: экономические, административно-правовые, социально-психологические методы управления – достоинства и недостатки.
5. Административная (классическая) школа менеджмента. Принципы А. Файоля.
6. Управленческие роли менеджера (по Г. Минцбергу) – межличностные, информационные, роли, связанные с принятием решений.
7. Показатели результативности менеджмента. Эффективность менеджмента.
8. Организация (телекомпания) как основа менеджмента. Основные ресурсы и признаки организации.
9. Жизненный цикл организации. Миссия организации.
10. Тайм-менеджмент. Определение приоритетов. Ключевые области. Выбор тактических целей.
11. Матрица дел менеджера (окна Эйзенхаура). Планирование ежедневных дел: ABC – подход.
12. «Дерево целей». Система управления по целям, этапы. Миссия телекомпании.
13. Внутренняя и внешняя среды организации, основные характеристики и факторы.
14. Оценка конкурентоспособности организации с использованием анализа ключевых факторов успеха отрасли.
15. Основные законы развития организации: закон синергии, закон самосохранения, закон развития.
16. Характеристика команды. Этапы «жизни» команды. Роли участников. Факторы, влияющие на сплоченность команды..
17. Понятие и принципы планирования. Общие принципы планирования (по А. Файолю).
18. Методы планирования. Стратегическое планирование: план развития организации.
19. Основные цели и структура бизнес-плана. Оценка стратегии диверсифицированной компании.
20. Задачи стратегического менеджмента. Этапы стратегического планирования. Базовые стратегии развития организации.
21. Методы стратегического анализа, SWOT-анализ. Определение конкурентного преимущества.
22. Лидерство и власть, виды власти. Теория лидерских качеств.
23. Контроль и этика в менеджменте. Самоменеджмент.

31. Понятие управление проектом. Участники проекта. Категории качества продукции.

32. Управление рисками в организации: поиск внешней и внутренней информации.

33. Основная задача инновационного менеджмента. Принципы

24. Классификация управленческих решений. Методы управленческих решений: «мозговой штурм», «номинальной групповой техники», «текущий контроль», «итоговый контроль».

25. Качество управленческих решений. Полномочия и ответственность: централизация и делегирование.

26. Понятие трудовые ресурсы. Структура персонала. Требования для успешного формирования и управления персонала.

27. Квалификационные требования к персоналу. Собеседование. Сущность функции мотивации.

28. Теории мотивации: А. Маслоу, Д. Мак-Клеlland, Ф. Герцберг. Пять основных методов мотивации.

29. Понятие конфликта. Конструктивный и деструктивный конфликт. Типы конфликтов.

30. Способы разрешения конфликтов. Понятие стресс. Разновидности стресса.

31. Понятие управление проектом. Участники проекта. Категории качества продукции.

32. Управление рисками в организации: поиск внешней и внутренней информации.

33. Основная задача инновационного менеджмента. Принципы управления инновациями.

34. Понятие организационная культура. Классификация организационной культуры.

35. Ценность корпорационной культуры. Стадии развития корпорационной культуры.