

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе БГУ
А.В. Дашильченко

Л.Н. О.Ч.

Регистрационный № УД-22 987 баз.

ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА СМИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине для специальности

1-23 01 08-04 «Журналистика (менеджмент средств массовой
информации)»

2015 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013 и учебного плана УВО №Е 23-190/уч. 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Дроздов Д.Н., заведующий кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Свороб А.К., доцент кафедры периодической печати Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук;

Жолнерович П.П., доцент кафедры стилистики и литературного редактирования Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

Кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ Института журналистики Белорусского государственного университета (протокол №8 от 17 марта 2015);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 7 от 20.03.2015).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по дисциплине «Технологии менеджмента СМИ» для студентов, обучающихся по направлению специальности 1-23 01 08-04 Журналистика (менеджмент СМИ).

Преподавание учебной дисциплины ставит своей **целью** познакомить студентов с современными эффективными технологиями менеджмента в различных сферах, для чего предусматривается решение следующих **задач**: сформировать понимание существенных характеристик административного, информационного, творческого, эвристического, других видов менеджмента; выработать навыки проведения эффективных мероприятий по оптимизации деятельности редакции, освоить приемы и методы комплексного управления редакцией СМИ, выработать систему действий как программу адаптации на изменения во внутренней и внешней среде редакции.

Место учебной дисциплины в профессиональной подготовке выпускника. Включение дисциплины «Технологии менеджмента СМИ» в цикл специальных дисциплин определяется предметом ее изучения, которым являются предпосылки, закономерности, практические приемы и методы административного, информационного, творческого, эвристического и других видов менеджмента средств массовой информации. В системе подготовки специалистов для сферы массовой информации курс является одним из базовых в формировании профессиональных компетенций. Данная учебная дисциплина связана курсами, как «Экономика и менеджмент СМИ», «Менеджмент веб-проектов» и др.

Требования к освоению дисциплины в соответствии с образовательным стандартом. В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- личностные требования к менеджеру СМИ и особенности организации его работы;
- средства и методы выбора технологий менеджмента СМИ;
- приемы использования инновационных технологий в управлении;
- научные основы разработки технологий менеджмента СМИ;
- основные модели современных технологий менеджмента.

уметь:

- определять наиболее актуальные функциональные приоритеты менеджмента СМИ;
- определять и осуществлять наиболее эффективный стиль руководства;
- организовывать свой труд на научной основе;
- выстраивать оптимальную коммуникационную редакционную модель;
- налаживать эффективные коммуникационные потоки в редакции;
- планировать и организовывать работу редакции;
- сочетать в своей деятельности государственные и корпоративные интересы;

- находить психологические причины конфликтов и устранять их;
- устанавливать устойчивые внешние связи редакции с различного рода партнерами;
- выбирать оптимальные технологии менеджмента СМИ;
- разрабатывать собственные эффективные технологические концепции и осуществлять их на практике;
- вырабатывать научно обоснованную систему принятия решений.

владеть:

- знаниями и практическими навыками по эффективному комплексному управлению СМИ;
- методами мониторинга и анализа процесса информационного производства, инновационными приемами его оптимизации.

Требования к академическим компетенциям специалиста. Специалист должен: АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач. АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом. АК-3. Владеть исследовательскими навыками. АК-4. Уметь работать самостоятельно. АК-6. Владеть междисциплинарным подходом для решения проблем. АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером. АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации. АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

Требования к социально-личностным компетенциям специалиста. Специалист должен: СЛК-1. Обладать качествами гражданственности. СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию. СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям. СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике. СЛК-6. Уметь работать в команде.

Количество академических часов. В соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по специальности:

Факультет	Журналистики
Кафедра	истории журналистики и менеджмента СМИ
Курс	3
Семестр	5
Лекции	16
Лабораторные	28
УСР	2
Всего аудиторных часов по дисциплине	46
Всего часов по дисциплине	90
Форма текущей аттестации	-
Форма итоговой аттестации	Зачет
Форма получения высшего образования	Дневная

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

1. Предмет и задачи курса. Технологии современного менеджмента и особенности их применения в СМИ

Технологии менеджмента как искусство, способности, система мер и методов для эффективного управленческого воздействия и достижения необходимых результатов. Функции технологий менеджмента в различных сферах общественной деятельности. Возрастание значения технологий менеджмента в информационном обществе. Специфика применения современных технологий менеджмента в сфере массовой коммуникации.

2. Технологии административного менеджмента СМИ

Феномен административного менеджмента. Классические подходы к осмыслению административного менеджмента. Функции администрации редакции, ее исполнительные полномочия. Различия между менеджментом и администрацией организации. Систематизированный свод положений, регламентов, правил и пакетов штатных процедур как необходимые условия эффективного административного менеджмента. Система административного менеджмента (AMS) как эффективная современная технология администрирования.

3. Технологии информационного менеджмента СМИ

Специфика информационного менеджмента. Понятие и характеристики данных. Информационные ресурсы как совокупность источников данных, систематизированных для получения, распространения, обработки, хранения и использования необходимой информации. Формальные и неформальные информационные системы организации. Особенности информационного менеджмента в редакции СМИ.

4. Технологии менеджмента человеческого капитала в СМИ

Различия между терминами «кадры», «персонал», «человеческие ресурсы», «человеческий капитал». Сущность менеджмента человеческого капитала. Типология технологий менеджмента персонала, характеристика факторов, влияющих на их выбор. Внутренние и внешние аспекты мотивации, мотивационная структура личности. Этапы процесса стимулирования работников. Особенности управления персоналом в сфере духовного производства. Понятие кадровой политики редакции, ее составляющие.

5. Технологии менеджмента талантов в СМИ

Понятие талантливой личности, ее характеристики и компетенции. Критерии оценки работы талантливых сотрудников. Менеджмент талантов и его специфика в сфере массовой коммуникации. Формирование управления талантами как особого направления общего менеджмента. Принцип Парето, его влияние на кадровую политику организации. Характеристики талантов в различные периоды карьеры. Основные принципы и этапы менеджмента талантов в СМИ. Программа развития талантов.

6. Современные концепции творческого общества. Технологии творческого менеджмента СМИ

Сущность концепции «креатогенного общества», различные подходы к ее трактовке. Основные характеристики творческой формации. Понятие творчества как производства и распознавания нового. Создание стимулирующей культурно-творческой среды, организация инновационной деятельности как главная цель современного менеджмента. Модели творческого города Ч. Лэндри, творческого класса Р. Флорида, творческой экономики и др.

Основные принципы новой творческой парадигмы управления. Формирование представлений о творческом менеджменте в работах Р. Кантера, Т. Питерса и Р. Уотермена. Составляющие креативного менеджмента. Модель творческой организации. Технологии творчества, их трансляция на сферу менеджмента. Отличительные признаки современных успешных организаций СМИ. Особенности творческого менеджмента средств массовой информации.

7. Технологии эвристического менеджмента СМИ

Понятие эвристического менеджмента. Рациональные эвристические методы менеджмента: дедукция, индукция, анализ, синтез. Методы сравнения, аналогии, обобщения и абстрагирования. Интуиция как иррациональный эвристический метод. Воображение: логическое, критическое и творческое. Методы диалектического мышления – рассмотрение объекта системно и в процессе изменений. Законы диалектики. Основные методы активизации творчества, их применение в СМИ.

8. Технологии инновационного менеджмента СМИ

Понятие инновации и инновационного менеджмента. Составляющие комплексного инновационного анализа работы редакции. Инновационные характеристики личности менеджера. Сферы внедрения инноваций в работе редакции СМИ. Основные характеристики и принципы инновационного менеджмента. Факторы, блокирующие и поддерживающие инновации. Специфика инновационной деятельности в сфере массовой коммуникации.

Учебно-методическая карта учебной дисциплины

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов				Иное	Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		лекции	Практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Предмет и задачи курса. Технологии современного менеджмента и особенности их применения в СМИ	2						опрос
2.	Технологии административного менеджмента СМИ	2			2			деловая игра
3.	Технологии информационного менеджмента СМИ	2			2			изучение кейса
4.	Технологии менеджмента человеческого капитала в СМИ	2			6			деловая игра
5.	Технологии менеджмента талантов в СМИ	2			4			анкетирование
6.	Современные концепции творческого общества. Технологии творческого менеджмента СМИ	2			4			творческое задание
7.	Технологии эвристического менеджмента СМИ	2			6			творческое задание
8.	Технологии инновационного менеджмента СМИ	2			4		2	деловая игра

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М., 2003.
2. Архангельский Г.А. Организация времени: от личной эффективности к развитию фирмы. – СПб.: Питер, 2003.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учебное пособие.— М.: ИНФРА-М, 2006.
4. Вайнштейн Л.А. Психология управления и основы лидерства: учеб. пособие. – Мн.: ГИУСТ БГУ, 2008.
5. Ворошилов В. В. Менеджмент СМИ. Конспект лекций. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2000.
6. Глухов В.В. Менеджмент: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2009.
7. Дафт Р. Менеджмент. 8-е изд. – СПб.: Питер, 2009.
8. Дорофеев В.Д., Дресвянников В.А.. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие - Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003
9. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции / Е. Л. Доценко. – М., 1998.
10. Информационный ресурс Беларуси /В.В. Русакевич, Л.С. Ананич, В.П. Воробьев. – Мн.: Ас. Дах, 2004.
11. Корпоративный менеджмент : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент орг.» / [Мазур И.И. и др.]; под общ. Ред. И.И. Мазура и В.Д. Шапиро. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство «Омега-Л», 2008.
12. Кочеткова А.В. Медиапланирование. – М.: РИП-холдинг, 2003.
13. Основы медиабизнеса. Учебное пособие под ред. Е.Л.Вартановой. М.: Аспект Пресс. 2009.
14. Персональный менеджмент: Учебник / С.Д. Резник и др. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010.
15. Пригожан А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (Социальные проблемы инноватики). М.: Политиздат, 1989.
16. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. – М.: Аспект Пресс, 2004.
17. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2007.
18. Юрков А. А. Экономика и менеджмент СМИ. Конспект лекций.– СПб., 2002.

Дополнительная:

1. Аллен Д. Как быстро привести дела в порядок. 52 принципа эффективности без стресса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.
2. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант. – М., 2004.
3. Бьюзен Т. и Б. Супермышление. – М.: Попурри, 2009.
4. Вейлл П. Искусство менеджмента: Новые идеи для мира хаотических перемен: Пер. с англ.— М.: Новости, 1993.
5. Гогац А. Бизнес + креатив: преодолеть невидимые барьеры. – Мн.: Гревцов Паблишер, 2007.
6. Дракер П.Ф. Новые реальности. В правительстве и политике. В экономике и бизнесе. В обществе и мировоззрении. М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 1994.
7. Кови С. 7 навыков высокоэффективных людей. – М.: Альпина Паблишер, 2012.
8. Максвелл Д. Ежедневник лидера. – М.: Попурри, 2009.
9. Тычко, Г.К. Права чалавека і сродкі масавай інфармацыі: вуч.-метаад. комплекс для студэнтаў Ін-та журналістыкі / Г. К. Тычко. – Мн., 2008.
10. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. М., Аспект пресс, 2006.
11. Уинстон С. 101 секрет успешного руководителя. Научись управлять временем, людьми и собой. – М.: Баланс-Клуб, 2004.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ

Для диагностики компетенций используются следующие формы:

– устные формы: опросы, беседы, выступления на занятиях и др.;

– письменные формы: творческие материалы, тестовые задания, контрольные работы, письменные отчеты о выполнении творческих заданий, эссе и др.;

– устно-письменные формы: творческие материалы, отчеты о выполнении творческих заданий с их устной защитой, зачет по учебной дисциплине и др.;

– технические формы: презентации, творческие проекты.

Основными методами и технологиями, применяемыми в ходе изучения дисциплины, являются:

- метод проектов;
- креативные технологии (дискуссии, «мозговой штурм», генерация идей, ментальные карты, «шесть шляп мышления», синектика и т.д.);
- метод кейсов (изучение бизнес-решений, редакторских стратегий, производственных ситуаций и др.);
- коммуникативные технологии (круглые столы и дискуссии, дебаты);
- игровые технологии (моделирование ситуаций, деловые игры и др.);
- новые медиа (учебные материалы в интернет-доступе, консультирование и обмен контентом в социальных медиа).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов организуется деканатами, кафедрами, преподавателями вузов в соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов, разрабатываемым высшим учебным заведением.

Управляемая самостоятельная работа студентов предусматривает:

- ознакомление с научной, научно-популярной, учебной, литературой, первоисточниками, периодическими изданиями, материалами СМИ, архивными документами;
- выполнение контрольных, учебно-исследовательских работ, комплексных заданий;
- подготовку рефератов, электронных презентаций, баз данных;
- решение кейсов, тестов, ситуационных задач;
- анализ социально-экономических, социально-культурных ситуаций;
- созданием медиаконтента по проблемам менеджмента СМИ;
- моделирование управленческой, творческой и технической работы в редакции.

Оценка самостоятельной деятельности студентов производится по десятибалльной шкале либо в зачетных единицах.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Управленческие технологии как феномен менеджмента.
2. Основные виды технологий менеджмента.
3. Сущность и содержание администрирования. Соотношение администрации и менеджмента в организации.
4. Принципы административного менеджмента
5. Методы административного менеджмента СМИ.
6. Функции административного менеджмента СМИ.
7. Административный менеджмент в процессе организационного развития медиакомпаний.
8. Роль и значение информации в системе управления.
9. Информационные технологии, информационные системы, их взаимосвязь и место в управлении СМИ.
10. Основные функции и направления информационного менеджмента.
11. Задачи информационного менеджмента.
12. Основные направления развития информационных систем.
13. Формирование инновационной политики в области информационных систем.
14. Формирование организационной среды и обработки информации в информационных системах.

15. Особенности оценки эффективности инвестиций в информационные системы.
16. Личность как объект и субъект управления.
17. Виды коллективов. Особенности творческого трудового коллектива.
18. Психологические характеристики коллектива.
19. Способы формирования коллектива редакции.
20. Роли и отношения в коллективе СМИ.
21. Персонал редакции, его характеристики (структура, категории, перемещение, численность).
22. Должность и ее разновидности в СМИ.
23. Технологии распределения должностных полномочий в редакции.
24. Специфика делегирование полномочий подчиненным
25. Регламентация должностных прав и обязанностей в редакционном коллективе.
26. Понятие и виды условий труда в редакции. Основные требования законодательства Республики Беларусь к безопасности условий труда.
27. Система управления персоналом редакции СМИ.
28. Социальное партнерство в журналистике.
29. Кадровая политика в СМИ. Кадровые стратегии, планирование и прогнозирование.
30. Специфика процесса отбора персонала для СМИ.
31. Методы отбора персонала СМИ (ознакомительное собеседование, на основе документов, тестирование, внештатное сотрудничество и др.).
32. Методы оценки персонала СМИ.
33. Формы адаптация персонала редакции.
34. Основные современные тенденции развития персонала СМИ.
35. Понятие и цели деловой карьеры в СМИ.
36. Типы руководителей, стили руководства.
37. Психологические типы и категории подчиненных
38. Предпосылки коллективного творчества. Методы организации коллективного творчества.
39. Мотивы человеческой деятельности. Мотивация персонала.
40. Направления и этапы организационных преобразований. Сопротивление организационным изменениям и его причины Концепция творческого общества в контексте менеджмента СМИ.
41. Феномен творческого менеджмента.
42. Модель творческой организации.
43. Технологии менеджмента творческого процесса в СМИ
44. Специфика творческого менеджмента СМИ.
45. Менеджер СМИ как творческая личность.
46. Особенности менеджмента современного медиатворчества.
47. Менеджмент знаний и его основные технологии в СМИ.
48. Эвристический менеджмент в СМИ.
49. Специфические характеристики таланта.
50. Феномен менеджмента талантов.

51. Основные этапы современного менеджмента талантов.
52. Менеджмент талантов в СМИ.
53. Феномен эвристического менеджмента.
54. Принципы творческого решения проблем («идеальная модель» Альтшуллера, «переход в надсистему», прием инверсии и др.).
55. Эвристические методы творчества.
56. Феномен инновационного менеджмента.
57. Специфика инновационного менеджмента СМИ.
58. Инновационная составляющая личности менеджера СМИ.
59. Приемы создания инновационного климата в редакции СМИ.
60. Факторы, блокирующие и поддерживающие инновации.

Протокол согласования учебной программы по изучаемой учебной дисциплине с другими дисциплинами специальности

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменении в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, которая разработала учебную программу (с указ. даты и номера протокола)
Корпоративный менеджмент СМИ	Истории журналистики и менеджмента СМИ	Изменений не требуется	Замечаний нет. Протокол №9 от 07.04.2015
Экономика и менеджмент СМИ	Истории журналистики и менеджмента СМИ	Изменений не требуется	Замечаний нет. Протокол №9 от 07.04.2015
Менеджмент веб-проектов	Истории журналистики и менеджмента СМИ	Изменений не требуется	Замечаний нет. Протокол №9 от 07.04.2015

Дополнения и изменения к учебной программе УВО

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры теории и методологии журналистики (протокол № _____ от _____ 2017г.)

Заведующий кафедрой
кандидат филологических наук доцент _____ Д.Н. Дроздов

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики
кандидат филологических наук доцент _____ С.В.Дубовик