**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ**

ШИЛАК

Ольга Игоревна

**ФЕНОМЕН ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА СМИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

кандидат филологических наук

И.Д.Воюш

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ

кандидат филологических наук, доцент Д.Н. Дроздов

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Минск, 2017

**РЕФЕРАТ**

**Дипломная работа**: страниц – 50, источников – 48, приложений – 5, иллюстраций – 3.

МЕНЕДЖМЕНТ, ИННОВАЦИИ, ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ТЕХНОЛОГИИ, МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ, СМИ.

**Объект** исследования – инновационный менеджмент.

**Предмет** исследования – реализация инновационного менеджмента в организациях СМИ.

**Цель** работы – предложить принципы проведения инновационного менеджмента.

**Методы исследования**: универсальные методы (научного обобщения и анализа данных, аналогии, классификации, сравнения), а также метод экспертного интервью.

**Полученные результаты и новизна**. Проведен анализ влияния технологий на работу СМИ, а также разработаны основные методы реализации инновационной политики в организациях. Новизна темы заключается в анализе проведения инновационного менеджмента в СМИ, а также в влиянии инноваций на работу редакций.

**Область возможного практического применения**. Универсальные рекомендации по инновационному менеджменту могут применяться в организациях различных типов, связанных с созданием информационного продукта.

Автор работы подтверждает достоверность результатов исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Шилак О.И. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**РЭФЕРАТ**

**Дыпломная работа**: старонак – 50, крыніц – 48, дадаткаў – 5, ілюстрацый – 3.

МЕНЕДЖМЕНТ, ІНАВАЦЫІ, ІНАВАЦЫЙНЫ МЕНЕДЖМЕНТ, ТЭХНАЛОГІІ, МЕДЫЯМЕНЕДЖМЕНТ, СМІ.

**Аб’ект** даследавання – інавацыйны менеджмент

**Прадмет** даследавання – рэалізацыя інавацыйнага менеджменту ў арганізацыях СМІ.

**Мэта** працы – вывучыць прынцыпы правядзення інавацыйнага менеджменту.

**Метады даследавання**: універсальныя метады (навуковага абагульнення і аналізу даных, аналогіі, класіфікацыі, параўнання), а таксама метад экспертнага інтэрвъю.

**Атрыманыя вынікі і навізна**. Праведзены аналіз ўплыву тэхналогій на работу СМІ, а таксама распрацаваны асноўныя метады рэалізацыі інавацыйнай палітыкі ў арганізацыях. Навізна заключаецца ў аналізе правядзення інавацыйнага менеджменту ў СМІ, а таксама ў вызначэнні ўплыву інавацый на працу рэдакцый.

**Галіна магчымага практычнага прымянення**. Універсальныя рэкамендацыі для камунікацыі з мэтавымі аўдыторыямі можна выкарыстоўваць ў арганізацыях розных тыпаў, звязаных са стварэннем інфармацыйнага прадукту.

Аўтар працы пацвярджае верагоднасць вынікаў даследавання, а таксама аб’ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Шылак В.І. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**THE ABSTRACT**

**Diploma work**: pages – 50 sources – 48 applications – 5, illustrations – 3.

MANAGEMENT, INNOVATION, INNOVATION MANAGEMENT, TECHNOLOGIES, MEDIA MANAGEMENT, MEDIA.

**Object** of research – innovative management

**Subject** of the research is the implementation of innovative management in media organizations.

**Objective** – to propose the principles of innovative management.

**Methods**: universal methods (scientific generalization and analysis of data, analogies, classifications, comparisons), as well as the method of expert interview.

**Results and the novelty of the diploma work**: the analysis of the influence of technologies on the work of the media has been carried out, and the main methods for implementing innovation policy in organizations have been developed. The novelty of the topic is the analysis of innovative management in the media, as well as the impact of innovation on the work of the editorial staff.

**The area of possible practical application**: universal recommendations for innovative management can be applied in organizations of various types associated with the creation of an information product.

The author of the paper confirms the reliability of the research results, as well as the objectivity of references to sources used in the work.

Shilak O. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_