



Медіапроєкти

Кредити та кількість
годин:

Денна форма: 5 ECTS; 150 годин: 28 лекційних, 44 практичних, 78
самостійна робота; залік

I Опис навчальної дисципліни

Сучасні реалії диктують все більш активне використання методології проєктного менеджменту в роботі медійних фахівців. Так, під час вивчення курсу Ви ознайомитеся з загальною характеристикою проєктного менеджменту, в тому числі для медійного виробництва, а також працюватимете зі спеціалізованим програмним забезпеченням з відкритим ключем. Ви знатимете як розробляти мультимедійні проєкти з елементами фандрейзингових акцій, керуючись принципами рівності, недискримінації, інклюзивності, а також як опрацьовувати інформаційні джерела з метою ознайомлення з методологією проєктного менеджменту та фандрейзингу для журналістів. Ви ознайомитеся з технологіями копірайтингу у проєктній діяльності, а також зі специфікою роботи за SMART-формулою під час формування проєктної пропозиції (NAOMIE-формула) та особливостями поточного та фінального звітування за медіапроєктами, зможете застосовувати концепції та основні стратегії фандрейзингу медіапроєкту. Ви вмітимете спільно генерувати ідеї, формувати проєкти, проєктні заявки та супровідні документи, згуртовувати команду проєкту та розробляти медіа плани та PR-документи під час організації медіапроєктів, організовувати спеціальні події та здійснювати їх інформаційний супровід.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни ознайомити студентів з основними засадами створення та реалізації медіапроєктів, а також розвинути компетенції з застосовування отриманих знань у виконанні прикладних завдань (розробки індивідуальних медіапроєктів).

Завдання навчальної дисципліни – розвинути та набути у здобувачів вищої освіти такі фахові та загальні компетентності:

ЗК 07. Здатність працювати в команді.

СК4. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК7. Здатність використовувати цілісний проєктний підхід у професійній діяльності.

III. Результати навчання

ПРН03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПРН05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПРН06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.



ПРН19. Використовувати цілісний проєктний підхід у професійній діяльності.

Основний метод верифікації – розроблено та публічно презентовано елементи індивідуального медіапроєкту.

Здобувачі при вивченні курсу отримують інтегральну компетентність, а саме здатність системно застосовувати методологію проєктного менеджменту для створення медіапроєктів в межах вирішення фахових завдань практичної діяльності.

За результатами навчання здобувачі зможуть:

- створювати мультимедійні проєкти з елементами фандрейзингових акцій, керуючись принципами рівності, недискримінації, інклюзивності;
- застосовувати цикл фандрейзингу в практичній діяльності для пошуку ресурсів для медіапроєкту;
- застосовувати концепції та основні стратегії фандрейзингу медіапроєкту;
- проводити документаційну та матеріально-технічну підготовку медіапроєкту;
- опрацьовувати інформаційні джерела з метою ознайомлення з методологією проєктного менеджменту та фандрейзингу;
- здійснювати аналіз стейкхолдерів та ризиків медіапроєкту;
- формувати команду медіапроєкту;
- здійснювати інформаційну підтримку медіапроєкту;
- застосовувати необхідні знання на практиці;
- розуміти базову термінологію медіабізнесу, фандрейзингу та проєктного менеджменту;
- діяти соціально відповідально і свідомо;
- застосовувати методи аналізу реалізації медіапроєкту.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Теми
1	Вступ до курсу «Медіапроєкти»
2	Проєктний підхід в медіа
3	Сутність та види медіапроєктів
4	Життєвий цикл та модель управління медіапроєктом
5	Практикум: ідеї та творчий процес у медіапроєктах
6	Підходи до планування, розробки та структуризація медіапроєктів
7	Практикум: розробка робочої структури медіапроєкту
8	Інструменти спільної роботи над медіапроєктами
9	Програмне забезпечення управління медіапроєктами
10	Практикум: системи управління проєктами для медіафахівців
11	Команди для управління мікро-, мезо- та макро-медіапроєктами



12	Практикум: командотворення для медіапроектів
13	Процеси виконання та звітування у медіапроектах
14	Практикум: бюджетування медіапроекту
15	Тайм-менеджмент у медіапроектах
16	Практикум: розробка таймлайну та встановлення дедлайнів у медіапроекті
17	Функціональні аспекти аналізу медіапроектів
18	Інформаційний супровід та управління якістю медіапроектів
19	Практикум: формування комплексного супроводу медіапроекту
20	Фандрейзинг для медіапроектів
21	Практикум: фандрейзинг, краудфандинг та краудсорсинг для власного медіапроекту

