

Анотація до курсу «Планування діяльності мультимедійної редакції»

Дисципліна вільного вибору «Планування діяльності мультимедійної редакції» визначає такі пріоритетні освітні завдання: ознайомити студентів з актуально-практичними та прикладними основами визначення стратегічного плану розвитку покрокових заходів діяльності підприємства у ЗМІ та рекламній галузі; виробити бачення лідерства, усвідомити і розвинути свій лідерський потенціал, навчити вибирати стиль лідерства, відповідний ситуації в організації; сформувати навички успішного протистояння фіскальним органам, а також навчання сучасним технологіям впливу і маніпуляції у переговорах; підвищити особисту ефективність топ-менеджерів журналістської справи за рахунок оптимального використання робочого часу; підвищити особисту ефективність в проведенні ділових переговорів; навчити навичкам проведення організаційно – структурного аналізу журналістської творчості, і застосування технологій змін; оволодіння методиками результативного проведення нарад; дати комплексне уявлення про аспекти управління журналістським персоналом, допомогти усвідомити власні стилі і стратегії управління та придбати нові.

Мета вивчення курсу: сформувати у студента розуміння сутності та специфіки топ-менеджменту у журналістській діяльності.

Структура курсу. В першому модулі студенти розглядають стратегічний менеджмент рекламної діяльності. Управління змінами в організації. Форсайт та інші інструменти роботи з майбутнім - трендами, тенденціями, прогнозами. Безпека у бізнесі. Переговори без поразок. Ефективність наради.

В другому модулі студентам пропонується прослідкувати людський фактор у топ менеджменті мультимедійної редакції. Тайм-менеджмент. Оптимальне використання власного робочого часу топ-менеджера рекламної справи. Ассесмент центр. Управління персоналом. Лідерство. Розробити персональні рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності топ-менеджерів ЗМІ та рекламної справи за рахунок лідерства, розвитку власного лідерського потенціалу, вибору оптимального стилю лідерства до відповідної ситуації в організації

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

Знати:

- 1) основи визначення стратегічного плану розвитку та управління змінами у журналістській сфері;
- 2) покрокові заходи діяльності журналістської галузі для забезпечення безпеки діяльності у ЗМІ;
- 3) методики управління змінами, результативного проведення переговорів та нарад, планування ассесмент центру та управління персоналом;
- 4) аспекти комплексності управління персоналом, технології лідерства та оптимального використання часу у ЗМІ.

Вміти:

- 1) проводити організаційно - структурного аналіз бізнес процесів і застосувати технології змін;
- 2) розроблювати стратегічний план розвитку у ЗМІ та програму його реалізації;
- 3) успішно протистояти безпеці у ЗМІ та рекламному бізнесі та фіскальним органам, а також застосовувати сучасні технології впливу і маніпуляції у переговорах;
- 4) підвищувати ефективність ЗМІ за рахунок оптимального використання робочого часу та проведення ефективних нарад;
- 5) формувати та розвивати свій лідерський потенціал, вибирати оптимальний стиль лідерства, відповідний ситуації в організації;
- 6) ефективно використовувати людський ресурс у ЗМІ.

Корисні джерела:

1. Айзенберг М. Менеджмент рекламы / М. Айзенберг – М.: ИнтелТех, 1993. – 81 с.
2. Батра Р. Рекламный менеджмент / Батра Раджив, Майерс Джон Дж., Аакер Дэвид А. — М.: Вильямс, 2004. — 784 с.
3. Бедулин Ю. Н. Технологии эффективных продаж рекламы в газеты / Ю. Н. Бедулин. – СПб: Питер, 2001. – 400 с.
4. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 414 с.
5. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.
6. Обрытько Б.А. Рекламный менеджмент: Конспект лекций / Б.А. Обрытько. – К.: МАУП, 2000. – 120 с.
7. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин— 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. — 364 с
8. Пономарева А. М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности : учебное пособие / А. М. Пономарева. – М. : МарТ, 2004. – 238 с.
9. Семенов Б. Д. Рекламный менеджмент: учебное пособие / Б. Д. Семенов. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг». – 272 с.
10. Эффективное управление рекламным бизнесом / Ю. Г. Лысенко, С. В. Дынчев, В. В. Гнатушенко, С. В. Челахов, В. М. Демьянов / Под ред. Ю. Г. Лысенко. – Донецк: ДонНУ, 2003. – 228 с.