

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Навчально-науковий інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

Навчально-науковий інститут права

Кафедра інтелектуальної власності та інформаційного права

Кафедра трудового права та права соціального забезпечення

ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчально-виховної роботи
ВІТАЛИЙ КОРНІЄВ
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
2022 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ

для студентів

галузь знань	06 «Журналістика»
спеціальність	061 «Журналістика»
освітній рівень	перший, бакалавр
освітньо-професійна програма	журналістика та соціальна комунікація, видавнича справа і медіаредагування, медіапродюсування, реклама та зв'язки з громадськістю
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	3-4
Кількість кредитів ECTS	6
Мова викладання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Пролонговано:

на 2023/2024 н.р. Коваленко (Волобуєв) «31» 08 2023 р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

Розробники:


Андрій НЕВАЛОВ, кандидат економічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Оксана КАРАЩУК, доцент кафедри інтелектуальної власності та інформаційного права, кандидат юридичних наук.

Ірина БОГДАН, асистент кафедри трудового права та права соціального забезпечення

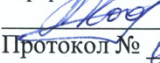
ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

 (Валерій ІВАНОВ)
Протокол № _____ від « _____ » _____ 2022 р.

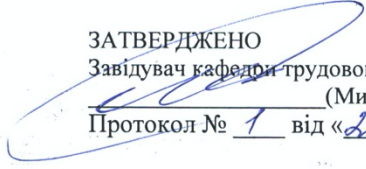
ЗАТВЕРДЖЕНО

Завідувач кафедри інтелектуальної власності та інформаційного права

 (Анатолій КОДИНЕЦЬ)
Протокол № 01 від « 29 » серпня 2022 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Завідувач кафедри трудового права

 (Микола ІНШИН)
Протокол № 1 від « 29 » серпня 2022 р.

Схвалено Науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту права

Протокол « 2 » 31.08 2022 року № 2

Голова науково-методичної комісії ННІ права  Юліанна ЦВЕТКОВА

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від « 29 » 08 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

1. Мета дисципліни: набуття та поглиблення знань з окремих розділів трудового права та підприємницької діяльності, медіа менеджменту, медіа маркетингу та медіа метрії. Формування у студентів практичних навичок щодо самостійного розв'язання проблем, які пов'язані з: реалізацією норм трудового права та охороною прав інтелектуальної власності; проектуванням, моделюванням, стратегуванням та просуванням медіа.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Знання засад журналістської, видавничо-редакторської, продюсерської та рекламної діяльності, специфіки медіавиробництва.

2. Володіння елементарними навичками роботи з науковими, навчально-методичними джерелами, а також з профільними Інтернет ресурсами.

3. Володіння технологіями аналізу ефективності діяльності у сфері комунікацій.

3. Анотація навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна покликана сформувати у студентів здатності: вчитися і оволодівати сучасними знаннями, застосовувати знання у практичних ситуаціях; розуміння предметної області та змісту професійної діяльності; діяти соціально відповідально і свідомо; розробити та обґрунтувати бізнес-модель та стратегію підприємства медійної галузі з урахуванням специфіки «здвоєного» ринку та перспективних інноваційних технологічних, продуктових та організаційних медіа новацій; організувати діяльність творчого колективу медійного підприємства, спрямовану на створення конкурентоспроможного медійного продукту; організувати бізнес-процеси виробництва, просування та реалізації медійної продукції та інформаційних послуг; забезпечити стійкий розвиток медіа.

4. Завдання (навчальні цілі)

Знати:

- теоретичні та практичні засади трудового права та права інтелектуальної власності;
- діюче законодавство та судову практику в сфері трудового права та охорони прав інтелектуальної власності та практику їх застосування;
- принципи управління медіа-організаціями, специфіку управління медіа та підприємницької діяльності у сфері медіа бізнесу.

Вміти:

- застосовувати теоретичні норми трудового права та права інтелектуальної власності в самостійній практичній діяльності;
- побудувати організаційну структуру та розподіл повноважень і обов'язків в медіа;
- розвивати власні інноваційні підприємницькі медіа (стартапи);
- розробити маркетинговий план медіа;
- здійснити стратегічний аналіз та сформувати стратегічний план медіа;
- розробки бізнес-моделі та бізнес-плану медіа;
- аналітичної роботи та розв'язання організаційних питань з медійною інформацією.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації

ЗК07. Здатність працювати в команді

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт

5. Результати навчання змістовної частини дисципліни:

Результат навчання (1 - знати; 2 - вміти; 3 - комунікація; 4 - автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1.	Знати сучасні наукові здобутки у сфері трудового права та права інтелектуальної власності, демонструвати оригінальне мислення та проведення досліджень, ґрунтуючись на системних знаннях	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Експрес опитування, тестування, доповіді, розв'язання задач, наукова робота, модульна контрольна робота(підсумкова контрольна робота)	10%
1.2.	Знати проблеми трудового права та права інтелектуальної власності та проводити їх критичне осмислення	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Експрес опитування, тестування, доповіді, розв'язання задач, наукова робота, модульна контрольна робота(підсумкова контрольна робота)	10%
1.3.	Знати принципи управління медіа організаціям і специфіку управління медіа	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи	10%
1.4.	Застосовувати технології та інструментарій медіаменеджменту: стратегія, бізнес-план, бюджет та фінансовий план, устав, концепція медіа, маркетингова стратегії т.п.	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи	10%
2.1.	Здійснювати управління контентом, прибутковістю, комерційним відділом, редакційними та творчими структурами, тимчасовими творчими колективами, аналізу діяльності медіа в структурному, змістовному і аудитором аспектах	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи	5%
2.2.	Вміти демонструвати спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у трудовому праві та щодо охорони прав інтелектуальної власності	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Експрес опитування, тестування, доповіді, розв'язання задач, наукова робота, модульна контрольна робота(підсумкова контрольна робота)	5%
2.3.	Вміти інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах трудового права та щодо охорони прав інтелектуальної власності	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента	Експрес опитування, тестування, доповіді, розв'язання задач, наукова робота, модульна контрольна робота(підсумкова контрольна робота)	5%
2.4.	Розроблювати маркетинговий план медіа	Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна	Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи	5%

		<i>робота студента</i>		
2.6.	Проводити стратегічне дослідження та формувати стратегічний план медіа	<i>Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента</i>	<i>Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи</i>	5%
2.7.	Розроблювати бізнес-план для медіа	<i>Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента</i>	<i>Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи</i>	5%
2.8.	Формувати устав медіа для його реалізації	<i>Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента</i>	<i>Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи</i>	5%
2.9.	Здійснювати дослідження мас-медіа, сутності процесів виникнення, розповсюдження, функціонування т посування медіа	<i>Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента</i>	<i>Контрольні індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи</i>	5%
3.1	Грамотно і точно <i>формулювати та висловлювати</i> свої позиції, належним чином їх обґрунтовувати та брати участь в аргументованій професійній дискусії щодо медіаменеджменту, власних досліджень медіа та пошуку медіа стратегії	<i>Лекція, семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента</i>	<i>Експрес опитування, тестування, доповіді, розв'язання задач, наукова робота, модульна контрольна робота(підсумкова контрольна робота)</i>	5%
3.2.	Готувати ефективні презентації власних ідей, проектів та захищати їхні положення	<i>Самостійна робота студента</i>	<i>Контрольні індивідуальні завдання,</i>	5%
4.1.	Самостійно опрацьовувати матеріал, готувати документи із медіаменеджменту, керувати своїм часом	<i>Семінарське чи практичне заняття, самостійна робота студента</i>	<i>Контрольні індивідуальні завдання,</i>	5%

6. Співвідношення результатів навчання змістовної частини дисципліни із програмними результатами навчання.

Програмні результати навчання	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	3.1	3.2	4.1.
ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР 07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт								*	*	*		*		*	*	

7.Схема формування оцінки.

7.1.Форми оцінювання.

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1 – 1.4), що складає 40% від загальної оцінки, та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.9); (комунікація 3.1-3.2); (автономність та відповідальність 4.1), що складає 60% загальної оцінки.

Схема формування оцінки в 1 семестрі

У першому семестрі дисципліна структурно складається з двох модулів: «Вибрані розділи трудового права» та «Вибрані розділи основ підприємницької діяльності - охорони прав інтелектуальної власності». За підсумками першого семестру студент може набрати максимально 100 балів. Бали із першого семестру не переносяться в другий семестр.

1 модуль «Вибрані розділи трудового права»

- 1) опитування в усній формі, дискусія – від 1 до 5 балів за семінарське заняття;
- 2) дискусія/доповнення до усної відповіді (факультативна форма оцінювання) – до 3 балів за семінарське заняття;
- 3) вирішення задачі (казусу) – від 1 до 5 балів за кожну;
- 4) виконання тематичної наукової роботи – від 1 до 10 балів;
- 5) модульна контрольна робота (підсумкова контрольна робота) – від 1 до 10 балів.

2 модуль «Вибрані розділи основ підприємницької діяльності - охорони прав інтелектуальної власності»

- 1) опитування в усній формі, дискусія – від 1 до 5 балів за практичне заняття;
- 2) дискусія/доповнення до усної відповіді (факультативна форма оцінювання) – до 3 балів за практичне заняття;
- 3) вирішення задачі (казусу) – від 1 до 5 балів за кожну;
- 4) виконання тематичної наукової роботи – від 1 до 10 балів;
- 5) модульна контрольна робота (підсумкова контрольна робота) – від 1 до 10 балів.

У кінці першого семестру складає екзамен

Схема формування оцінки в 2 семестрі

У другому семестрі дисципліна структурно складається з чотирьох модулів: «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проектів»; «Основи управління редакціями

медіа та потенціалом медіа бізнесу»; «Управління стартапами медіа бізнесу»; «Медіаметрія в управлінні контентом медіа». За підсумками другого семестру студент може набрати максимально 100 балів. Бали із першого семестру не переносяться в другий семестр.

3 модуль «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проектів»

Контрольні завдання до індивідуальної роботи – 9/15

Модульна контрольна робота (тест) – 3/5

4 модуль «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу»

Контрольні завдання до індивідуальної роботи – 9/12

Модульна контрольна робота (тест) – 3/5

5 модуль «Управління стартапами медіа бізнесу»

Завдання до індивідуальної роботи - 3/5

Модульна контрольна робота (тест) – 3/5

6 модуль «Медіаметрія в управлінні контентом медіа»

Завдання до індивідуальної роботи - 3/5

Модульна контрольна робота (тест) – 3/5

Підсумкові бали: 3 модуль плюс 4 модуль плюс 5 модуль плюс 6 модуль дорівнює 60 балів.

У кінці другого семестру складає екзамен (максимальна кількість балів - 40).

- семестрове оцінювання:

Кількість балів під час навчального періоду формують бали, отримані здобувачем у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка під час навчального періоду складаються із балів, отриманих за усні відповіді, участь у дискусіях, самостійну роботу, завдання до індивідуальної роботи і модульні контрольні роботи. Всі ці види робіт за семестр мають у підсумку:

1 семестр:

Змістові модулі «Вибрані розділи трудового права» та «Вибрані розділи основ підприємницької діяльності - охорони прав інтелектуальної власності».

Максимальна кількість балів, яку може одержати здобувач освіти за підсумками поточного оцінювання впродовж семестру складає 60 балів. Для отримання позитивної підсумкової оцінки за навчальну дисципліну мінімальна кількість балів за підсумками поточного оцінювання не може бути меншою, ніж 36 бали (60% від максимального порогового рівня поточного оцінювання (60 балів)).

Щодо таких форм поточного оцінювання як виконання тематичної наукової роботи встановлений мінімальний пороговий рівень оцінки (5 балів), недосягнення якого означає, що за даною формою оцінювання здобувач освіти набрав 0 балів.

При фактичному отриманні здобувачем освіти за підсумками поточного оцінювання більше ніж 60 балів, зарахуванню підлягають лише 60 балів.

2 семестр:

Змістовий модуль 3. «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проектів»

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 20 балів
Контрольні завдання до індивідуальної роботи	$3 \times 3 \text{ бали} = 9 \text{ балів}$	$3 \times 5 \text{ балів} = 15 \text{ балів}$
Модульна контрольна робота	3 бали	5 балів
Загальна оцінка за період навчання	12	20

Змістовий модуль 4. «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу»

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 20 балів
Контрольні завдання до індивідуальної роботи	$3 \times 3 \text{ бали} = 9 \text{ балів}$	$3 \times 5 \text{ балів} = 15 \text{ балів}$
Модульна контрольна робота	3 бали	5 балів
Загальна оцінка за період навчання	12	20

Змістовий модуль 5. «Управління стартапами медіа бізнесу»

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 10 балів
Контрольні завдання до індивідуальної роботи	$1 \times 3 \text{ бали} = 3 \text{ бали}$	$1 \times 5 \text{ балів} = 5 \text{ балів}$
Модульна контрольна робота	3 бали	5 балів
Загальна оцінка за період навчання	6	10

Змістовий модуль 6 «Медіаметрія в управлінні контентом медіа»

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 10 балів
Контрольні завдання до індивідуальної роботи	$1 \times 3 \text{ бали} = 3 \text{ бали}$	$1 \times 5 \text{ балів} = 5 \text{ балів}$
Модульна контрольна робота	3 бали	5 балів
Загальна оцінка за період навчання	6	10

- підсумкове оцінювання:

1 семестр

Форма підсумкового оцінювання: іспит

Іспит проводиться у формі письмової роботи, яка включає відповідь на 2 питання по 20 балів за кожне. Максимальна кількість балів, які здобувач освіти може одержати за виконання роботи, становить 40 балів.

Перескладання результатів підсумкового оцінювання з метою покращення одержаної позитивної оцінки не допускається.

Складання іспиту повинно здійснюватися з обов'язковим дотриманням здобувачем освіти вимог академічної доброчесності.

2 семестр

- форма оцінювання – письмовий іспит у формі тестування (надання відповідей на запитання);
- максимальна кількість балів, яку студент може отримати під час іспиту – 40;
- мінімальний пороговий рівень - 24 бали
- максимальна кількість балів, які може отримати студент за семестр – 100 балів (60 за семестрове оцінювання та 40 балів за іспит).

	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4	Змістовий модуль 5	Змістовий модуль 6	Екзамен	Підсумкова оцінка
Мінімум	12	12	6	6	24	60
Максимум	20	20	10	10	40	100

Умови допуску до іспиту:

Студенти, які набрали сумарно меншу кількість балів, ніж *критично-розрахунковий мінімум* – 36 балів (*рекомендований мінімум семестрового оцінювання*), для отримання допуску до іспиту обов'язково повинні виконати додаткові завдання або скласти допускний колоквіум, узгоджені з викладачами до початку екзаменаційної сесії. При допустовому колоквіумі студенту може набрати не більше 60% від максимально можливої оцінки за семестр (36 балів). Допустовий колоквіум складається з виконання завдань тесту на 36 запитань: за тематичними блоками «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проєктів» (9 запитань); «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу» (9 запитань); «Управління стартапами медіа бізнесу» (9 запитань) та «Медіаметрія в управлінні контентом медіа» (9 запитань); кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал (разом 36 балів).

Іспит складається з виконання завдань тесту на 20 запитань: за тематичними блоками «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проєктів» (5 запитань); «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу» (5 запитань); «Управління стартапами медіа бізнесу» (5 запитань) та «Медіаметрія в управлінні контентом медіа» (5 запитань); кожна правильна відповідь оцінюється в 2 бали (разом 40 балів).

Якщо студент не з'явився на підсумковий контроль, у поточній рейтинговій відомості зазначається «не з'явився» та виставляється «0» балів за контрольну роботу. Студент, який з поважної причини пропустив ПКР, зобов'язаний надати відповідний документ, і викладач, за погодженням з дирекцією Навчально-наукового інституту журналістики, призначає нову дату проведення ПКР.

7.2. Організація оцінювання

Дисципліна поділена на 6 змістових модулів (частини): перший семестр – два модуля; другий семестр – чотири модуля. Кожен змістовий модуль включає в себе лекції, семінарські чи практичні заняття, самостійну роботу. Підсумкова форма оцінювання у кожному семестрі – іспит.

1 семестр

змістові модулі «Вибрані розділи трудового права» та «Вибрані розділи основ підприємницької діяльності - охорони прав інтелектуальної власності»

Обчислення загальної кількості балів, одержаних здобувачами освіти в межах поточного оцінювання, здійснюється за «накопичувальною системою», тобто шляхом додавання балів, виставлених викладачем, який проводить семінарські заняття, за кожною з передбачених форм поточного оцінювання. Викладач виставляє у визначений термін кількість одержаних за підсумками поточного оцінювання балів і вносить їх у відповідні документи обліку успішності здобувачів освіти.

Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях відбувається безпосередньо після їх завершення.

Задача (казус) вирішується на семінарському занятті.

Результати виконання цих форм роботи здобувачів освіти оголошуються на наступному семінарському занятті.

Тематична наукова робота – самостійна письмова науково-дослідницька робота невеликого формату (до 10 сторінок, текстовий редактор Word, кегль – 14, інтервал – 1,5, всі поля – 2 см, посторінкові посилання на джерела, загальний список використаних джерел), в якій здобувач освіти досліджує проблемні питання обраної теми. Теми доповідей рекомендуються викладачем на першому лекційному/семінарському занятті з вивчення навчальної дисципліни і обираються здобувачами освіти згідно їх дослідницькими вподобаннями. Написана та оформлена належним чином наукова доповідь передається для оцінювання викладачу, а результати дослідження обраної теми презентуються (усно доповідаються) здобувачем освіти і обговорюються у формі тематичної дискусії на семінарському занятті згідно з визначеним викладачем графіком.

У разі відсутності здобувача освіти на семінарському занятті з незалежних від нього причин, за наявності підтверджених підстав, він може протягом одного тижня після пропущеного заняття відпрацювати його в поза аудиторний час (час консультацій викладача) у формі, узгодженій з викладачем. Відпрацювання здійснюється в межах тих обов'язкових форм поточного оцінювання, які були передбачені для пропущеного заняття.

За результатами позитивного відпрацювання викладачем нараховуються бали. Не допускається відпрацювання більше ніж одного пропущеного семінарського заняття за один раз.

Якщо за підсумками поточного оцінювання здобувач освіти не досяг рекомендованого мінімального порогового рівня оцінки (36 бали) тих результатів навчання, які не можуть бути оцінені під час підсумкового контролю, викладач, який веде семінарські заняття, має право звернутись до директора Інституту Журналістики про недопуск здобувача освіти до підсумкового оцінювання. Таке подання разом з графіком відпрацювань подається директору Інституту Журналістики не пізніше, ніж за 10 робочих днів до початку періоду складання іспитів.

Для здобувачів освіти, які не допущені до складання іспиту, проводяться відпрацювання у формі, передбаченій робочою навчальною програмою, максимальна оцінка за які не може перевищувати кількості балів, що дорівнює різниці між рекомендованим мінімальним пороговим рівнем оцінки (24 бали) та фактичною кількістю балів, одержаних здобувачем освіти за всіма формами поточного контролю.

Якщо здобувач освіти за підсумком відпрацювань не досяг рекомендованого мінімального порогового рівня оцінки (24 бали), викладач, який веде семінарські заняття і приймав відпрацювання, звертається до директора Інституту Журналістики з поданням, в якому фіксує невиконання здобувачем освіти індивідуального навчального плану.

У разі здійснення підсумкового оцінювання із застосуванням технологій дистанційного навчання така форма підсумкового оцінювання з навчальної дисципліни як залік може проводитися у виді усної співбесіди та/або письмової роботи з використанням програмних сервісів, що забезпечують синхронний відеозв'язок.

Для підготовки до співбесіди викладач, що приймає залік, заздалегідь розсилає здобувачам освіти перелік питань з навчальної дисципліни для підготовки, а також інформацію про вимоги до проведення співбесіди. Співбесіда передбачає відповідь здобувача освіти на два основні питання, які змістовно відповідають питанням з переліку питань. З метою уточнення відповідей на основні питання викладачем можуть ставитися додаткові питання.

Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів освіти за відповідними формами оцінювання.

Доповідь: максимум 5 балів

5 бали – здобувач має високий рівень знань і розуміння основного матеріалу; ознайомлений із основними бібліографічними джерелами, виконує необхідні дослідження, демонструє відмінне розуміння теми, проводить аналіз на високому рівні, дає чіткі, добре структуровані відповіді.

4 балів - здобувач має хороший рівень знань і розуміння основного матеріалу; ознайомлений із основними бібліографічними джерелами, показує добре розуміння теми та може відповідати на запитання.

3 бали – здобувач має базові знання та розуміння основного матеріалу; частково ознайомлений із основними бібліографічними джерелами, показує базове розуміння питань, що стосуються курсу.

2-1 бали – здобувач демонструє обмежені знання з проблематики навчальної дисципліни.

Експрес-опитування: максимум 5 балів

5 бали – здобувач правильно вживає правничу термінологію; провів збір та інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел та надав повну, обґрунтовану відповідь з коротким висновком щодо окремої проблеми з достатньою аргументацією.

4 бали – здобувач загалом правильно вживає правничу термінологію, проте є неточності у вживанні; провів збір та інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, однак надав неповну відповідь з коротким висновком щодо окремої проблеми, який містить окремі неточності; є поодинокі недоліки у послідовності викладу матеріалу.

3 бали – здобувач допускає помилок у вживанні правничої термінології; провів збір та неповний аналіз матеріалів та надав фрагментарну відповідь з коротким висновком щодо окремої проблеми, який містить окремі неточності; наявні недоліки у послідовності викладу матеріалу.

2-1 бали – здобувач допускає суттєві помилки у вживанні правничої термінології; провів неповний збір та аналіз матеріалів та надав фрагментарну відповідь з коротким висновком щодо окремої проблеми, який містить юридичні помилки; є суттєві помилки та недоліки в послідовності викладу матеріалу.

Розв'язання казусу (задачі): максимум 5 балів

5 бали – здобувач вірно застосовує набуті знання для аналізу практичних проблем та у різних правових ситуаціях, виокремлює юридично значущі факти, формулює обґрунтовані правові висновки; правильно вживає правничу термінологію.

4 бали – здобувач вірно застосовує набуті знання для аналізу практичних проблем та у різних правових ситуаціях, виокремлює юридично значущі факти, формулює обґрунтовані правові висновки; є окремі помилки у використанні правничої термінології.

3 бали – наявні поодинокі недоліки у застосуванні здобувачем набутих знань для аналізу практичних проблем та у різних правових ситуаціях; здобувач частково виокремлює юридично значущі факти, формулює правові висновки, які потребують додаткового обґрунтування; є помилки у використанні правничої термінології.

2 бали – наявні помилки у застосуванні здобувачем набутих знань для аналізу практичних проблем та у різних правових ситуаціях; здобувач частково виокремлює юридично значущі факти, не формулює обґрунтовані правові висновки; є істотні помилки у використанні правничої термінології.

1 бал – наявні помилки у застосуванні здобувачем набутих знань для аналізу практичних проблем та у різних правових ситуаціях; здобувач не виокремлює юридично значущі факти, не формулює обґрунтовані правові висновки; є суттєві помилки та недоліки у використанні правничої термінології.

Тестування: максимум 5 балів

Форми тестів:

- вибір однієї правильної відповіді – максимум 1 бал, якщо здобувач обрав вірну відповідь, 0 балів – якщо неправильну.

- встановлення відповідності – максимум 2 бали якщо здобувач встановив всі відповідності вірно, якщо здобувачем не встановлено всі відповідності вірно – 1 за кожною вірно встановлену відповідність;

встановлення правильної послідовності – максимум 3, бали якщо здобувач встановив правильно всю послідовність, якщо здобувачем не встановлено всю послідовність правильно – 1 бал за кожною вірно встановлену здобувачем послідовність.

Наукова робота: максимум 10 балів

10 -9 балів – здобувач правильно вживає правничу термінологію; провів збір матеріалів за темою наукової роботи з різних джерел, в тому числі використовуючи доступні інформаційні технології і бази даних, та провів інтегрований аналіз цих матеріалів, виокремив юридично значущі факти і сформулював обґрунтовані правові висновки; наукова робота містить коректне посилання на використані джерела; виклад – логічний, зв'язний; аргументовано відповів на поставлені запитання за результатами презентації наукової роботи.

8-7 балів – здобувач правильно вживає правничу термінологію; провів збір матеріалів за темою /наукової роботи з різних джерел, в тому числі використовуючи доступні інформаційні технології і бази даних, та провів інтегрований аналіз цих матеріалів, виокремив юридично значущі факти і сформулював обґрунтовані правові висновки; є поодинокі недоліки в оформленні використаних джерел та/або послідовності викладу матеріалу; аргументовано відповів на поставлені запитання за результатами презентації наукової роботи.

6-5 балів – наявні неточності у вживанні здобувачем правничої термінології; провів збір матеріалів за темою наукової роботи з різних джерел, в тому числі використовуючи доступні інформаційні технології і бази даних, та провів інтегрований аналіз цих матеріалів, виокремив юридично значущі факти і сформулював обґрунтовані правові висновки, які містять окремі неточності; є недоліки в оформленні використаних джерел та/або послідовності викладу матеріалу; відповіді здобувача на поставлені запитання за результатами презентації наукової роботи є частково аргументованими.

4-3 бали – наявні неточності у вживанні здобувачем правничої термінології; провів частковий збір матеріалів за темою наукової роботи, в тому числі використовуючи доступні інформаційні технології і бази даних, та провів фрагментарний аналіз цих матеріалів, частково виокремив юридично значущі факти і сформулював правові висновки, які не достатньо обґрунтовані; є недоліки в оформленні використаних джерел та/або послідовності викладу матеріалу; відповіді здобувача на поставлені запитання за результатами презентації наукової роботи не аргументовані.

2-1 бали – наявні суттєві помилки у вживанні здобувачем правничої термінології; провів поверхневий збір матеріалів за темою наукової роботи, в тому числі використовуючи доступні інформаційні технології і бази даних, та провів вкрай фрагментарний аналіз цих матеріалів, не виокремив юридично значущі факти та/або не сформулював правові висновки; є істотні недоліки в оформленні використаних джерел та/або послідовності викладу матеріалу; відповіді здобувача на поставлені запитання за результатами презентації наукової роботи не аргументовані.

Модульна контрольна робота: максимум 10 балів

10 балів – здобувач надав правильну відповідь на кожне із тестових завдань, що становить 100 % від загальної кількості тестових завдань.

9-8 балів – здобувач надав правильну відповідь на більшість тестових завдань, що становить понад 75 % від загальної кількості тестових завдань.

6-5 балів – здобувач надав правильну відповідь на більшість тестових завдань, що становить від 50 % до 74% від загальної кількості тестових завдань.

4-1 бали – здобувач надав правильну відповідь на кількість тестових завдань, що становить менше 50 % від їх загального обсягу і не засвідчує володіння матеріалом у повному обсязі.

2 семестр

Оцінювання успішності знань студентів за кожним змістовим модулем здійснюється у формі семестрового оцінювання (контрольні завдання до індивідуальної роботи, які виконуються як самостійна робота чи на практичних заняттях, а також модульні контрольні роботи).

Успішне виконання завдання (контрольні завдання до індивідуальної роботи та модульна контрольна робота) – отримання за роботу не менше 60% від максимальної оцінки.

Змістовий модуль3. «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проектів»

Критерії оцінювання контрольних завдань індивідуальної роботи:

- а) завдання виконані з власними поясненнями, висновками і в повному обсязі – 1 бал;
- б) в повному обсязі - 1 бал;
- в) відповідно до запропонованого завдання або теми – 1 бал;
- г) візуалізація виконаної роботи (слайди, діаграми або таблиці до завдання) –1 бал;
- д) самостійна робота виконується і презентується у встановлений час – 1 бал.

Після завершення Змістового модулю проводиться модульна контрольна робота на лекції у вигляді тесту із 10 питань.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

- а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 0,5 бали) – максимальна кількість балів – 5;
- б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже за значеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);
- в) модульна контрольна робота виконується впродовж за значеного часу – не більше 20 хвилин. Тест вважається зарахованим, якщо студент правильно відповів на 6 питань з 10.

Змістовий модуль4. «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу»

Критерії оцінювання контрольних завдань індивідуальної роботи:

- а) завдання виконані з власними поясненнями, висновками і в повному обсязі – 1 бал;
- б) в повному обсязі - 1 бал;
- в) відповідно до запропонованого завдання або теми – 1 бал;
- г) візуалізація виконаної роботи (слайди, діаграми або таблиці до завдання) –1 бал;
- д) самостійна робота виконується і презентується у встановлений час – 1 бал.

Після завершення Змістового модулю проводиться модульна контрольна робота на лекції у вигляді тесту із 10 питань.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

- а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 0,5 бали) – максимальна кількість балів – 5;
- б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже за значеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);
- в) модульна контрольна робота виконується впродовж за значеного часу – не більше 20 хвилин. Тест вважається зарахованим, якщо студент правильно відповів на 6 питань з 10.

Змістовий модуль5. «Управління стартапами медіа бізнесу»

Критерії оцінювання контрольних завдань індивідуальної роботи:

- а) завдання виконані з власними поясненнями, висновками і в повному обсязі – 1 бал;
- б) в повному обсязі - 1 бал;
- в) відповідно до запропонованого завдання або теми – 1 бал;
- г) візуалізація виконаної роботи (слайди, діаграми або таблиці до завдання) –1 бал;
- д) самостійна робота виконується і презентується у встановлений час – 1 бал.

Після завершення Змістового модулю проводиться модульна контрольна робота на лекції у вигляді тесту із 10 питань.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

- а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 0,5 бали) – максимальна кількість балів – 5;
- б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже за значеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);
- в) модульна контрольна робота виконується впродовж за значеного часу – не більше 20 хвилин. Тест вважається зарахованим, якщо студент правильно відповів на 6 питань з 10.

Змістовий модуль6. «Медіаметрія в управлінні контентом медіа»

Критерії оцінювання контрольних завдань індивідуальної роботи:

- а) завдання виконані з власними поясненнями, висновками і в повному обсязі – 1 бал;
- б) в повному обсязі - 1 бал;

- в) відповідно до запропонованого завдання або теми – 1 бал;
- г) візуалізація виконаної роботи (слайди, діаграми або таблиці до завдання) –1 бал;
- д) самостійна робота виконується і презентується у встановлений час – 1 бал.

Після завершення Змістового модулю проводиться модульна контрольна робота на лекції у вигляді тесту із 10 питань.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

- а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 0,5 бали) – максимальна кількість балів – 5;
- б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже за значеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);
- в) модульна контрольна робота виконується впродовж за значеного часу – не більше 20 хвилин. Тест вважається зарахованим, якщо студент правильно відповів на 6 питань з 10.

Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно з можливістю повторного складання / Fail	35-59
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни / Fail	0-34

8. Структура навчальної дисципліни.

Тематичний план лекцій, семінарських, практичних занять і самостійної роботи

№ п/п	Назва лекції	Кількість годин			
		Лекції	Семінари	Практичні	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. «Вибрані розділи трудового права»					
1	Тема 1. Історичні передумови виникнення трудового права та формування його як галузі. Поняття трудового права, його предмет та метод	2	-	-	2
2	Тема 2. Поняття та ознаки трудових правовідносин	2	-	-	2
3	Тема 3. Поняття трудового договору. Порядок його укладення	2	2	-	4
4	Тема 4. Поняття, види та форми дискримінації у трудових відносинах	2	2	-	4
5	Тема 5. Зміна трудового договору	2	-	-	4
6	Тема 6. Припинення трудового договору	2	2	-	4
7	Тема 7. Поняття творчого працівника та особливості його правового статусу	-	2	-	4
8	Тема 8. Форми захисту трудових прав творчих працівників	2	2	-	4
Усього		14	10	-	26
Змістовий модуль 2. «Вибрані розділи основ підприємницької діяльності - охорони прав інтелектуальної власності»					
9	Тема 1. Інтелектуальна, творча діяльність та її місце у соціально-економічному розвитку суспільства	2	-	2	4
10	Тема 2. Система права інтелектуальної власності	2	-	2	4
11	Тема 3. Джерела права інтелектуальної власності	2	-	2	4
12	Тема 4. Авторське право: об'єкти, суб'єкти, зміст	2	-	2	4
13	Тема 5. Суміжні права: об'єкти, суб'єкти, зміст	-	-	2	2
14	Тема 6. Захист прав інтелектуальної власності	2	-	-	2
Усього		10	-	10	20
Змістовий модуль 3. «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проєктів»					
15	Тема 1. Сутність, принципи і функції медіаменеджменту	2	-	-	2
16	Тема 2. Типи медіаменеджменту в медіа організації та специфіка інформаційно-комунікаційного менеджменту	2	2	-	6
17	Тема 3. Статут та план-графік реалізації медіа проєкту	-	2	-	6
18	Тема 4. Організаційний план, редакційний календар та контентний план медіапроєкту	-	2	-	6
Усього		4	6	-	20
Змістовий модуль 4. «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу»					
19	Тема 1. Управління медіа галуззю	2	-	-	2
20	Тема 2. Моделі управління медіа	-	2	-	6
21	Тема 3. Основні елементи потенціалу медіа та активи медіа	2	2	-	6
22	Тема 4. Медіа ідея і підприємницька ідея як особливі активи у медіа бізнесі	-	2	-	6
Усього		4	6	-	20

Змістовий модуль 5. «Управління стартапами медіа бізнесу»					
23	Тема 1. Формування і розвиток бізнес ідеї медіа та медіа продукту стартапу	2	-	-	-
24	Тема 2. Бізнес-моделювання медіа	-	-	2	-
25	Тема 3. Маркетинговий менеджмент медіа	-	-	2	-
26	Тема 4. Бізнес-планування медіа	2	-	2	-
27	Тема 5. Управління інвестиційним забезпеченням медіа	-	-	2	-
28	Тема 6. Масштабування та стратегування медіа	2	-	-	-
Усього		6	-	8	-
Змістовий модуль 6.. «Медіаметрія в управлінні контентом медіа»					
29	Тема 1. Інформація. її природа. документ як носій інформації	2	-	-	-
30	Тема 2. Соціологічне вивчення комунікатора	2	-	-	-
31	Тема 3. Дослідження змісту комунікації	2	-	-	-
32	Тема 4. Канали комунікації як об'єкт соціологічного дослідження	2	-	-	-
33	Тема 5. Соціологічні дослідження аудиторії медіа	-	-	2	2
34	Тема 6. Вивчення ефективності роботи медіа	-	-	2	2
Усього		8	-	4	4
Усього за всі модулі		46	22	22	90

Загальний обсяг **180** год., в тому числі:

лекцій – **46** год.

семінарів – **22** год.

практичних – **22** год.

самостійної роботи – **90** год.

9. Рекомендована література.

Змістовий модуль 1. «Вибрані розділи трудового права»

Основна:

1. Трудове право України: підручник (за ред. проф. О. М. Ярошенко). Харків: Вид-во 2022. – 376 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/FP/20112/11potopr.pdf> <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2022/07/27/Trudove.pravo.Ukrayiny.26.07.2022.pdf>.
2. Богдан І.А. Право працівника на творчість та його захист. Монографія. К.: Норма права. 2021, 176 с.
2. Богдан І.А. Поняття «творчість» як категорія трудового права//Юридична Україна, 2012. – №5(113). – С. 61-68.
3. Богдан І.А. Вплив природно-правової доктрини на зміст права на творчість//Бюлетень Міністерства юстиції України, 2012. - №12(134). – С. 115-121.
4. Богдан І.А. Поняття та зміст суб'єктивного права на творчість// Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право», 2012. – Вип. № 20 – Ч. 1. – Т.2. – С. 17-21.
5. Богдан І.А. Умови праці як елемент трудо-правового забезпечення творчості/ Юридична Україна, 2013. - №7(127). – С. 50-56.
6. Панасюк О. Т. Зловживання суб'єктивними трудовими правами: постановка питання/Панасюк О.Т., Богдан І.А.// Право України. – 2010. - № 3. – С.161-165.
7. Панасюк О. Т. Чи може здібність до творчості бути об'єктом правового регулювання? / О. Т. Панасюк, І. А. Богдан // Форум права. – 2011. – № 2. – С. 687–693 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/FP/20112/11potopr.pdf> <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/FP/20112/11potopr.pdf>

Додаткова:

1. Занфірова Т.А. Філософія трудового права: навчально-методичний посібник. Харків : Константа, 2018. 515 с.
2. Костюк В.Л. Правосуб'єктність у трудовому праві: проблеми теорії та практики: [монографія]. К.: Видавець Карпенко В.М., 2012. 464 с.
3. Прилипко С.М., Ярошенко О.М. Трудове право України: підруч. Харків: Видавництво ФО–П Вапнярчук Н.М., 2008. 664с.
4. Процевський В.О. Трудове право України: навч. посіб. [для студ. юрид. вищ. навч. закл. України]. Х. : ХНПУ, 2006. 264с.
5. Трудове право України : підручник. М.І. Іншин, В.І. Щербина. Харків: Диска плюс, 2014. 500 с.
6. Deakin S. Labour Law [4th ed. Hart Publishing] / S. Deakin, G.S. Morris. Oxford and Portland, Oregon, 2005. 1177 p.
7. Honeyball S. Honeyball & Bowers' Textbook on Labour Law [9th ed.]. Oxford University Press, 2006. 536 p.
8. Hugh Collins, K. D. Ewing, Aileen McColgan. Labour law. Second edition. Cambridge : Cambridge University Press, 2019, 1070 p.
9. Michael C. Harper, Samuel Estreicher, Kati Griffith. Labour Law. Selected Statutes, Forms, and Agreements. New York : Wolters Kluwer. 2021. 232 p.

Змістовий модуль 2. «Вибрані розділи основ підприємницької діяльності - охорони прав інтелектуальної власності»

Основна:

1. Авторське право і суміжні права в Європі: монографія / Ю. М. Капіца, С. К. Ступак, О. В. Жувака. – К. : Логос, 2012. – 696 с.
2. Бутнік-Сіверський, О. Б. Методологія оцінки вартості майнових прав інтелектуальної власності та практичні аспекти її застосування : монографія / О. Б. Бутнік-Сіверський ; НДІ ІВ

3. Законодавство Європейського союзу та держав-членів Європейського союзу у сфері інтелектуальної власності / за заг. ред. О.П. Орлюк. – К. : НДІВ НАПрНУ, «Лазурит-Поліграф», 2010. – 262 с.
4. Основи інтелектуальної власності: навчальний посібник / О.П.Орлюк (кер. авт. кол.), А.О.Кодинець, Ю.В.Носік та ін.; за ред. О.П.Орлюк. – К.: Інтерсервіс, 2016. – 382 с.
5. Право інтелектуальної власності. Академічний курс : Підручник для студентів вищих навч. закладів / За ред. О. П. Орлюк, О. Д. Святоцького. – К. : Концерн Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. – 696 с.
6. Право інтелектуальної власності: Науково-практичний коментар до Цивільного кодексу України / За заг. ред. В.М. Паладія, Н.М. Мироненко, В.О. Жарова. – К. : Парламентське видавництво, 2006. – 432 с.
7. Право інтелектуальної власності : підруч. / О. І. Харитоновна [та ін.] ; за заг. ред. О. І. Харитоновної. - Київ : Юрінком Інтер, 2016. - 540 с.
8. Право інтелектуальної власності: навч. посібник / Р.Є. Еннан, О.О. Кулініч, С.В. Мазуренко та ін. К. : Алерта, 2016. 492 с.

Додаткова:

1. Андрощук Г.О. Інтернет-Договори Всесвітньої організації інтелектуальної власності: науково-практичний коментар / Г.О. Андрощук. – К. : «Лазурит-Поліграф», 2011. – 80 с.
2. Договірне право України. Особлива частина: навч. посібник / за ред. О.В. Дзери. – К.: Юрінком Інтер, 2009. – 1200 с.
3. Захист прав інтелектуальної власності: законодавче регулювання та правозастосування (узагальнення судової практики) / Автори-упорядники: Г. О. Андрощук, О. П. Орлюк / Верховна Рада України. – К. : Парламентське вид-во, 2007. – 344 с.
4. Захист прав інтелектуальної власності в Україні: проблеми законодавчого забезпечення та правозастосування : монографія / кол. авторів; за заг. ред. д.ю.н. Орлюк О. П. – К. : ТОВ «Лазурит-Поліграф», 2009. – 242 с.
5. Захист прав інтелектуальної власності: довід Сполучених Штатів Америки. Збірник документів, матеріалів, статей / за заг. ред. О. Д. Святоцького. – К., 2003.-368 с.
6. Ковальчук О. О. Право інтелектуальної власності на географічне зазначення в Україні та країнах Європейського Союзу : монографія / О. О. Ковальчук. — К. : Юрінком Інтер, 2014. — 200 с.
7. Штефан О. Цивільно-процесуальний захист суб'єктивного авторського права: теорія, законодавство, судова практика: монографія / О.О.Штефан. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2017. – 544 с.

Змістовий модуль 3. «Основи медіа менеджменту та управління реалізацією медіа проектів»

Основна:

1. Гонtareва І. В. Управління проектами : підручник / І. В. Гонtareва ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2011. – 444 с.
2. Д'Інка Вернер. Менеджмент ЗМК: Вступ [за ред. В. Різуна]. – Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, Пред-во Фонду Конрада Аденауера в Україні, 2001. – 60 с.
3. Кожушко Л. Ф. Управління проектами [Текст] : навчальний посібник / Л. Ф. Кожушко, С. М. Кропивко ; МОН України, НУВГП. – Київ : Кондор, 2016. – 388 с.
4. Тарасюк, Г. М. Управління проектами [Текст] : Навчальний посібник / Г. М. Тарасюк. – 2-е вид. – К. : Каравела, 2006. – 320 с.
5. Управління проектами : процеси планування проектних дій : підручник / І. В. Чумаченко, В. В. Морозов, Н. В. Доценко, А. М. Чередниченко. – К. : КРОК, 2014. – 673 с.
6. Черемних І.В. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.

Додаткова:

1. Альбарран А. Менеджмент електронних ЗМІ / А.Альбарран; пер.з англ. Н. Кашуба. – Київ: «Наука», 2009. – 296 с.
2. Гоян О. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі: монографія. – Київ: Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка, 2005. – 342 с.
3. Журналісти і Незалежність: Спогади. Свідчення. Документи. -Київ : ВЦ «Академія», 2020. – 400 с.
4. Менеджмент: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /за ред. Г. В. Щокіна. – Київ : МАУП, 2007. – 816 с.
5. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: монографія. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – –180 с.
6. Черемних І.В. Нові моделі монетизації телебізнесу в процесі інтеграції телевізійних ресурсів в інтернет / І.В. Черемних // *World Science. Warsaw, Poland*. 2018. №11(39). С. 57-64.

Змістовий модуль 4. «Основи управління редакціями медіа та потенціалом медіа бізнесу»

Основна:

1. Іванов В. Сучасний медіа-менеджмент: шляхи роздержавлення укр.преси/ В. Іванов [та ін]; ред.: В.Іванов, Н.Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с.
2. Нєвалов А. Г. Основи маркетингу ЗМІ та маркетингових досліджень інформаційного ринку : навч. посіб. / Андрій Георгійович Нєвалов. — Херсон : ХДУ, 2006. 212с.
3. Основи медіаменеджменту [електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничополіграфічній галузі» / О. М. Барзилович, З. В. 4. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 2,2 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 300 с.
4. Теремко В.І. Видавничий маркетинг: навчальний посібник / Теремко В.І. – К. : “Академвидав”. – 2009. – 272 с.
5. Теремко В.І. Основні засади видавничого бізнесу : [навчальний посібник] / Теремко В.І. –К. : “Академвидав”. – 2009. – 216 с.
6. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: монографія. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.
7. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч.посіб. Вид., 2-ге, доп. Київ : ДП ""Експрес-об'ява", 2018. 304 с.

Додаткова:

1. Adorno T., Horkheimer V. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception, in *The Dialectics of Enlightenment*. New York: Heder and Heder, 1972. 388 p.
2. Balnaves, M., Donald, J., Donald, S. *The Penguin Atlas of Media and Information. Key Issues and Global Trends*. Penguin Reference, 2001. 128 с.
3. Chan-Olmsted, S. *Competitive Strategy for Media Firms: strategic and brand management in changing media markets*. LEA's Communication Series, Lawrence Erlbaum Associates, 2008.
4. Picard R. *Media Economics. Concepts and Issues*. London, Sage, 1989. 136 p.
5. Черемних І. В. Крос-медійні інструменти монетизації телевізійного й інтернет-контенту / І. В. Черемних // *International Academy Journal Web of Scholar. Warsaw, Poland*. №1 (31), vol. 2, January 2019. С. 8-17.

Змістовий модуль 5. «Управління стартапами медіа бізнесу»

Основна:

1. Беекман Б., Ньювенхауз Р. Місто Стартапів. Київ: Greencubator, - 2016. – 289 с.
2. Бізнес-план: технологія та обґрунтування : навч. посібник / За ред. Покропивного С. Ф. – К. : КНЕУ, 2002. – 379 с.
3. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію. – Київ: "Наш Формат", — 2019. – 509 с.
4. Ворона Т. Стартап на мільйон. Як українці заробляють статки на технологіях. - К. : Віват, 2018. – 224 с.
5. Козловський В.О. Бізнес-планування: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / В.О. Козловський, О.Й. Лесько; Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : Універсум-Вінниця, 2008. – 241 с.
6. Райз Е. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля.– К.: Віват, 2016. – 368 с.
7. Тіль П. Від нуля до одиниці! Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє. – Київ: "Наш Формат", — 2015. – 229 с.
8. Черемних І. В. Новітні бізнесові моделі стратегічного менеджменту на телебаченні / І.В. Черемних // Наукові записки Ін-ту журналістики. Київ. 2015. Вип. 58. С. 108-113.

Додаткова:

1. Кращі українські стартапи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://platforma-msb.org/krashhi-ukrayinski-startapy/>
2. Макаренко С.М., Олійник М.Н. Бізнес-планування: навч.-метод. посіб. / С.М. Макаренко, М.Н. Олійник. – Херсон: «ТОФ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. – 224 с.
3. Стартап-екосистема України: https://data.unit.city/tech-guide/Tech_Ecosystem_Guide_To_Ukraine_En-1.1.pdf <https://techukraine.org/ecosystem-map/>
4. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / [Ромат Є. В., Бабаченко Л. В., Багорка М. О., Білоткач І. А. та ін.] ; за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського.- Київ : Студцентр, 2021. 308 с.
5. Gilmore, A. Services Marketing and Management, Gateshead: Sage Publications Ltd., 2003. 216 p.
6. Klaus-Dieter Altmeyden, C. Ann Hollifield and Joost van Loon Value-Oriented Media Management: Decision Making Between Profit and Responsibility, Springer, 2017 - URL: https://library.books24x7.com/toc.aspx?bookid=137994 - Books 24*7
7. Marketing Theories – The Marketing Mix – From 4 Ps to 7 Ps // URL: <https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---the-marketing-mix---from-4-p-s-to-7-p-s>
8. Tanya Bondarouk Social Media in Strategic Management, Emerald Publishing Limited, 2013- URL:<https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=1341908> - ProQuest Ebook Central

Змістовий модуль 6. «Медіаметрія в управлінні контентом медіа»

Основна:

1. Галлін Д.С., Манчіні П. Сучасні медіа системи: три моделі відносин ЗМІ та політики / Пер. з англ. О.Насика. – К.: Наука, 2008. – 320 с.
2. Іванов В.Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.
3. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К.: Видавничий центр “Київський університет”. 1999. – 301 с.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. – К.: ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.
5. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. – 3-тє вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. – 455 с.

6. Черемних І. Дослідження контенту українського медіаринку / І. Черемних // Актуальні питання масової комунікації. 2017. Вип. 21. С. 36-50

7.

Додаткова:

1. Ковалевський В.О. Теоретико-методологічні засади Інформаційного Суспільства // <http://kovalevsky.webs.com.ua/theory/theory.htm>

2. Колодюк А.В. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні: Дис. ... канд. політ. наук. - К., 2004. – 234

3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.; С. 404.

4. Манфред Май Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; За ред. В. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 286 с.

5. Міхаель Халер. Пошук і збір інформації: Навчальний посібник / За загал. ред. В. Ф.Іванова та А.Коль. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. – 308 с

6. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. – К.: Альтерпресс, 2008. – 408 с.

7. Черемних І. Тригер як один із основних складників конкурентних переваг медіакомпаній. // Inna Cheremnykh // Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference Social and Economic Aspects of Education in Modern Society. RS Global. Warsaw, Poland. 2018. 20.09. С. 20-24.