

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**Навчально-науковий інститут журналістики
Кафедра видавничої справи та редагування**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчальної роботи
Віталій КОРНЄВ
« 31 » _____ 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ У МЕДІАГАЛУЗІ**

для студентів

галузь знань	06 журналістика
спеціальність	061 журналістика
освітній рівень	другий (магістерський)
освітня програма	«Медіакомунікації в бізнесі»
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022 / 2023
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	3
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Викладачі: Марина ЖЕНЧЕНКО, докторка наук із соціальних комунікацій, доцентка, професор кафедри видавничої справи та редагування

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р.

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р.


КИЇВ – 2022

Розробники:

Марина ЖЕНЧЕНКО, докторка наук із соціальних комунікацій, доцентка,
професор кафедри видавничої справи та редагування.

ЗАТВЕРДЖЕНО


Зав. кафедри видавничої справи та редагування

 (Василь ТЕРЕМКО)

Протокол № 11 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту
журналістики

Протокол № 1 від «29» серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

«29» серпня 2022 року

ВСТУП

1. Мета дисципліни

Набуття студентами комплексу компетенцій, необхідних для аналізу, критичного оцінювання та проєктування нових гібридних цифрових бізнес-моделей у сучасній медіагалузі.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни (за наявності):

Знання теоретичних основ медійного бізнесу, маркетингу і менеджменту, базовий рівень знання англійської мови.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Дисципліна “Цифрові бізнес-моделі у медіагалузі” належить до циклу обов’язкових Предметом курсу є вивчення цифрових бізнес-моделей, в основі яких електронна комерція, створення цифрових платформ, демократизація і соціалізація бізнес-практик, відповідь на вимоги читачів щодо відкритого доступу до наукового і навчального контенту. З використанням *методик кейс-стаді* буде розглянуто:

- актуальні у зарубіжних бізнес-практиках моделі *«цифровий самвидав», «крауднаблішинг»*;
- специфіку впровадження зарубіжними і українськими редакціями інтернет-медій бізнес-моделі *«продаж контенту»*, що передбачає різні варіанти монетизації контенту інтернет-медіа;
- бізнес-моделі функціонування розповсюджувачів цифрового видавничого контенту: *«інтернет-книгарня» («електронні видання як продукт»), «мікроплатежі та фрагментація контенту» (електронні видання як персоналізований продукт), «електронна бібліотека» («електронні видання як послуга»)*.
- бізнес-моделі видання наукової періодики: *«закритий доступ», «відкритий доступ», «гібридні моделі», «оверлейна модель»*;

- бізнес-моделі видання монографій та підручників у відкритому доступі (*версіонізація, продаж сервісів додаткової вартості, оплата статей автором, інституціональне субсидювання тощо*).

У результаті вивчення курсу студенти отримують теоретичні та практичні знання про інноваційні бізнес-моделі, що активно розвиваються на зарубіжному медіаринку, та здобудуть навички створення власних видавничих проєктів з використанням актуальних у «новому цифровому світі» моделей видавничого бізнесу.

Дисципліна виробляє низку здатностей:

ЗК-4. Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи.

ЗК-7. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ФК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог.

ФК-7. Здатність показувати свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди.

4. Завдання (навчальні цілі):

Фахові:

- ознайомлення із підходами до розуміння понять «бізнес-моделі», «цифрові бізнес-моделі»;
- набуття практичних навичок використання цифрових бізнес-моделей у сучасному медіабізнесі;

Загальні:

- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);

- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- здатність працювати в команді.

5. Результати навчання за дисципліною:

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	<p><i>Знати:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • основні підходи до визначення поняття «бізнес-модель»; • структурні блоки канви бізнес-моделі О. Остервальдера; • основні підходи до розуміння поняття «цифрові бізнес-моделі»; • специфіку використання бізнес-моделей «цифровий самвидав» і «краудпаблішинг» у медіабізнесі; • особливості бізнес-моделей редакцій наукової періодики та 	<i>Лекції, залік</i>	<i>Тест, 60% правильних відповідей, 10/20</i>	20 %

	<p>видавництв навчальної і наукової літератури в умовах руху відкритого доступу до наукової і навчальної інформації;</p> <ul style="list-style-type: none"> • бізнес-моделі суб'єктів цифрової дистрибуції медіаконтенту 			
2.1	<p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • аналізувати переваги і недоліки бізнес-моделі підприємства на основі канви бізнес-моделі О. Остервальдера; 	<p><i>Практичні заняття, самостійна робота</i></p>	<p><i>Письмова робота 5/10</i></p>	<p><i>50%</i></p>
2.2	<ul style="list-style-type: none"> • трансформувати та модернізувати бізнес-моделі у медійному бізнесі, використовувати асиметричні та гібридні цифрові бізнес-моделі 	<p><i>Практичні заняття, самостійна робота</i></p>	<p><i>Письмова робота 5/10</i></p>	<p><i>10 %</i></p>
3.1	<ul style="list-style-type: none"> • формування комунікаційних навичок роботи у команді, відчуття корпоративної солідарності і відповідальності 	<p><i>Практичні заняття, самостійна робота</i></p>	<p><i>Участь у дискусіях, комунікація у проєктних групах, 5/10</i></p>	<p><i>10%</i></p>
4.1	<ul style="list-style-type: none"> • самостійно розробляти і презентувати концепцію бізнес-моделі медійної компанії 	<p><i>Практичні заняття, самостійна робота</i></p>	<p><i>Презентація, 6/10</i></p>	<p><i>10%</i></p>

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання (необов'язково для вибіркових дисциплін, які не входять до блоків спеціалізації)

Результати навчання дисципліни (код)	1.1.	2.1.	2.2.	3.1.	4.1.
Програмні результати навчання (назва)					
ПРН-6. Робити висновки про результативність досліджень.	+	+	+	+	
ПРН-16. Писати звіт про роботу медійного колективу з викладенням пропозицій щодо поліпшення професійної діяльності.			+	+	+

7. Схема формування оцінки

7.1. Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема: **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (знання 1.1), що становить 20 % від загальної оцінки й **оцінювання практичної підготовки** – результати навчання (вміння 2.1, 2.2), що становить 60 % оцінки; комунікація (3.1), (автономність та відповідальність 4.1), що становить по 10 % від загальної оцінки відповідно.

ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ:

Контроль здійснюється за модульно-рейтинговою системою у першому семестрі.

До змістового модуля 1 (ЗМ1) входять теми 1–2, до змістового модуля 2 – теми 3-7, підсумковий контроль – залік.

Залік відбувається у формі письмового тесту – 20 балів.

7.2. Організація оцінювання:

Оцінювання за модулями (80 балів)

Вид завдання	Вид роботи	Бали	
		Мін.	Макс.
ЗМ-1. БІЗНЕС-МОДЕЛІ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ	Робота на практичних заняттях, виконання завдань	2 б.×1 з.=3 б. 3 б.×1 з.=2 б.	5 б.×1 з.=5 б. 10 б.×1 з.=10 б.
	Самостійна робота 1 (інтерактивний	3	5

	тест за матеріалами лекцій і самостійно опрацьованими матеріалами)		
ЗМ-2. ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ МЕДІАВИРОБНИКІВ І СУБ'ЄКТІВ ЦИФРОВОЇ ДИСТРИБУЦІЇ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ	Робота на практичних заняттях, виконання завдань	3 б.×4 з.=12 б 7 б X 3 з. = 21 б.	5 б.×4 з.=20 б. 10 б X 3 з. = 30 б.
	Самостійна робота 2	7	10

Самостійна робота 1.

1. Самостійно опрацюйте матеріали розділу 1 "Foundations of Digital Business Models" із книги: Bernd W. Wirtz Digital Business Models Concepts, Models, and the Alphabet Case Study. Springer, 2019 (с. 1-16) (текст є у гугл-класі).
2. Перегляньте відео: "What is a business model", "Digital as a business model" (відео є у гугл-класі).
3. Доберіть приклади цифрових бізнесів, які працюють за моделями "Контент", "Контекст", "Комерція" і "Підключення" (приклади презентують під час практичного заняття).
4. Підготуйтеся до інтерактивного тесту в Kahoot за матеріалами лекції та самостійно опрацьованими матеріалами.

Самостійна робота 2.

1. Опрацюйте надані викладачем у гугл-класі матеріали щодо асиметричних бізнес-моделей (у прикріпці).
2. Опишіть два приклади використання асиметричних бізнес-моделей.

Оцінювання залікової роботи (20 балів):

Під час оцінювання залікового тесту враховують не лише правильність обраних варіантів відповідей, а й повнота та вичерпність відповідей на відкриті запитання тесту. Кожне із запитань тестової форми оцінюється від 1 до 5 балів залежно від рівня складності (кількість балів зазначено біля запитань у тестовій формі).

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Залік	Підсумкова оцінка
Мінімум	8	40	12	60
Максимум	20	60	20	100

Студенти із *індивідуальним графіком*, виконують завдання, визначені у гугл-класі незалежно від визначених для всіх студентів дедлайнів.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59
Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни.

Тематичний план лекцій і практичних занять

№ п/п	Назва теми*	Кількість годин		
		лекції	практичні	Самостій на робота
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. БІЗНЕС-МОДЕЛІ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ				
1	Вступ Тема 1. Поняття "бізнес-моделі", цифрові бізнес-моделі", класифікація цифрових бізнес-моделей	2	2	2
2	Тема 2. Поняття "цифрові бізнес-моделі". Інструменти цифрових трансформацій бізнес-моделі	2	2	10
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ МЕДІАВИРОБНИКІВ І СУБ'ЄКТІВ ЦИФРОВОЇ ДИСТРИБУЦІЇ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ				
9	Тема 3. Бізнес-моделі суб'єктів цифрової дистрибуції: «мікроплатежі і фрагментований контент», «плати за користування/перегляд», «передплата», «членство», «прямий продаж»		4	2
10	Тема 4. Гібидний платний доступ «фріміум» та бізнес-моделі «вбудована реклама», «плати за бажанням»	2	2	2
11	Тема 5. Бізнес-моделі «відкритий доступ»	2	2	2
13	Тема 6. Бізнес-моделі «цифровий самвидав» і «краундфандинг»	2	2	4
14	Тема 7. Бізнес-моделі «пакетизація» і		4	10

	«гейміфікація». Гібридні бізнес-моделі			
	Разом	10	18	32

Загальний обсяг: 60 год., зокрема:

Лекцій – **10 год.**

Практичні заняття – **18 год.**

Самостійна робота - **32 год.**

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

1. *Женченко М.* Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія. 2-ге вид., змін і доп. Київ : Жнець, 2019. 440 с. . [повний текст доступний студентам на сайті видавництва: <https://www.zhnets.com.ua/zhenchenko-maryna-tsyfrovi-transformatsiyi-vydavnychoyi-galuzi-kyyiv-zhnets-2019-2-ge-vyd-zmin-409-s/>].
2. *Женченко М.* Цифрові бізнес-моделі у медіагалузі : авторський електронний навчальний курс на платформі GOOGLE CLASS. Код доступу: clsbvyl.
3. *Остервальдер О., Пінье І.* Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного. Київ : Наш формат, 2017. 288 с.
4. *Скриль В. В.* Бізнес-моделі підприємства: еволюція та класифікація // Економіка та управління підприємствами. 2016. Вип. 7. С. 490-497. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/82.pdf (дата звернення: 11.06.2022).
5. *Al-Debei, Mutaz M., El-Haddadeh, Ramzi, Avison, David.* Defining the business model in the new world of digital business // Proceedings of the Americas Conference on Information Systems (AMCIS). Vol. 200. 11 p. 401. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/301364463.pdf><https://core.ac.uk/download/pdf/301364463.pdf> (last accessed: 11.06.2022).
6. *Amit R., Zott C., Massa L.* The Business Model — theoretical roots, recent developments, future research. Barcelona: University of Navarra, IESE Business

School, 2010. 45 p. URL: <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0862-E.pdf> (last accessed: 11.06.2022).

7. *Bernd W. Wirtz*. Digital Business Models Concepts, Models, and the Alphabet Case Study. Springer, 2019. 252 p. URL: <http://14.99.188.242:8080/jspui/handle/123456789/12260> (last accessed: 11.06.2022).

Додаткові:

8. *Женченко М. І.* Краудфандинг як інноваційна бізнес-модель у видавничій галузі цифрової доби // Вісник Книжкової палати. 2016. № 10. С. 11–13. URL: https://www.researchgate.net/publication/331802165_Kraudfanding_ak_innovacijn_a_biznes-model_u_vidavnicij_galuzi_cifrovoi_dobi [Kraudfanding as an innovative business model in the publishing industry digital age](https://www.researchgate.net/publication/331802165_Kraudfanding_ak_innovacijn_a_biznes-model_u_vidavnicij_galuzi_cifrovoi_dobi) (дата звернення: 11.06.2022).

9. *Женченко М. І.* Цифрові трансформації моделей видання наукової періодики // Поліграфія і видавнича справа. 2016. № 1 (71). С. 257–266. URL: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/1-71/28.pdf> (дата звернення: 11.06.2022).

10. Micropayments-for-news pioneer Blendle is pivoting from micropayments // Niemanlab. URL: <https://www.niemanlab.org/2019/06/micropayments-for-news-pioneer-blendle-is-pivoting-from-micropayments/> (last accessed: 11.06.2022).

11. Dispelling The 10 Myths Of Micropayments // LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/dispelling-10-myths-micropayments-james-lynn> (last accessed: 11.10.2022).

12. A Complete Guide to Building a Successful Membership Model. URL: <https://www.springly.org/en-us/blog/membership-model/> (last accessed: 11.06.2022).