

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут права
Кафедра конституційного права та галузевих
дисциплін

08-04-06М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять та виконання самостійної роботи
з навчальної дисципліни
«Правове управління медіабізнесом»
для здобувачів вищої освіти другого (магістерського)
рівня за освітньо-професійною програмою
«Медіаправо та медіабезпека»
спеціальності 061 «Журналістика»
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою з якості
ННІП
Протокол № 3 від 15.10.2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки до практичних занять та виконання самостійної роботи з навчальної дисципліни «Правові основи медіабізнесу» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Медіаправо та медіабезпека» спеціальності 061 «Журналістика» денної та заочної форми навчання. [Електронне видання] / Мітчук О. А. – Рівне : НУВГП, 2024. – 36 с.

Укладач:

Мітчук О. А., професор, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри інформаційного права та юридичної журналістики.

Відповідальний за випуск: Мітчук О. А., д.н.соц.ком, в.о. завідувача кафедри інформаційного права та юридичної журналістики.

Керівник групи забезпечення спеціальності 061 «Медіаправо та медіабезпека» Мітчук О. А.

© О. А. Мітчук, 2024

© НУВГП, 2024

ЗМІСТ

Передмова	4
1. Опис навчальної дисципліни та її структура	7
1.1. Опис навчальної дисципліни	7
1.2. Тематика практичних занять	9
1.3. Контрольні заходи та засоби діагностики	10
1.4. Критерії та шкала оцінювання	10
2. Плани практичних занять	19
3. Самостійна робота студентів	29
4. Індивідуальна робота студентів	30
Рекомендована література	32

ПЕРЕДМОВА

Методичні вказівки до практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Правове управління медіабізнесом» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Медіаправо та медіабезпека» спеціальності 061 «Журналістика» денної та заочної форми навчання розроблено з урахуванням Закону України «Про вищу освіту», Положення про організацію освітнього процесу у Національному університеті водного господарства та природокористування, Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Національному університеті водного господарства та природокористування, змісту освітньо-професійної програми «Медіаправо та медіабезпека» спеціальності 061 «Журналістика».

Предметом курсу є важливою складовою підготовки фахівців у сфері медіа та комунікацій. Вона покликана забезпечити глибоке розуміння правових основ функціонування медіабізнесу, а також надати практичні знання та навички для ефективного вирішення правових питань, що виникають у цій галузі.

Вивчення національного та міжнародного законодавства, що стосується медіа: законів про ЗМІ, авторського права, рекламу, захист персональних даних, конкуренцію тощо. Аналіз різних форм власності медіакомпаній, їхні переваги та недоліки, особливості управління. Розгляд типових договорів, які укладаються в медіаіндустрії: договори про авторські права, ліцензійні договори, договори про надання медіапослуг тощо. Захист авторських прав, товарних знаків, промислових зразків, що використовуються в медіапродукції. Вивчення етичних норм в журналістиці, відповідальності за поширення недостовірної інформації, захисту честі та гідності особи.

Особливості регулювання медіадіяльності на міжнародному рівні, міжнародні конвенції та угоди. Ідентифікація та оцінка правових ризиків, розробка стратегій їх мінімізації.

Мета курсу - з'ясувати ефективність медіадіяльності, як бізнесу щодо професійної діяльності журналістів. Зосередити професійну діяльність журналістів до співпраці з бізнесом, вміння швидко приймати управлінські рішення, керувати мадіаіндустрією не лише як творчими колективами, а й як підприємствами. Журналістика як бізнес – це практична наука, що має свої закони і правила.

Завданнями навчальної дисципліни є: опанувати основні поняття та принципи основ медіабізнесу та виробити навички практичної діяльності в цій галузі; визначити та схарактеризувати діяльність за двома типами праці в колективі: журналістський та менеджерський; ознайомитись із можливостями використання в редакції процесів, які дозволили б досягати найбільш вигідних економічних ситуацій; набути практичних навичок оцінки різних ситуацій на ринку збуту готової продукції; сформувати у здобувачів освіти теоретико-прикладні навички аналізу бізнес-моделі трансформації ринку медіа в світі та Україні.

Методичні вказівки до практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Правове управління медіабізнесом» розроблені з урахування змісту відповідної освітньої програми та робочої програми дисципліни «Правове управління медіабізнесом».

Вказівки містять опис навчальної дисципліни, тематику практичних занять. Крім того для зручності студентів щодо розуміння можливостей здобуття позитивних оцінок описані контрольні заходи та засоби діагностики та показано критерії та шкала оцінювання.

Окрема увага зосереджена на самостійній роботі та завданнях до неї. Методичні вказівки також містять список рекомендованої літератури.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЇЇ СТРУКТУРА

1.1 Опис навчальної дисципліни

Мета курсу - з'ясувати ефективність медіадіяльності, як бізнесу щодо професійної діяльності журналістів. Зосередити професійну діяльність журналістів до співпраці з бізнесом, вміння швидко приймати управлінські рішення, керувати медіаіндустрією не лише як творчими колективами, а й як підприємствами. Журналістика як бізнес – це практична наука, що має свої закони і правила.

Завданнями навчальної дисципліни є: опанувати основні поняття та принципи основ медіабізнесу та виробити навички практичної діяльності в цій галузі; визначити та схарактеризувати діяльність за двома типами праці в колективі: журналістський та менеджерський; ознайомитись із можливостями використання в редакції процесів, які дозволили б досягати найбільш вигідних економічних ситуацій; набути практичних навичок оцінки різних ситуацій на ринку збуту готової продукції; сформувати у здобувачів освіти теоретико-прикладні навички аналізу бізнес-моделі трансформації ринку медіа в світі та Україні.

Вивчення освітньої компоненти супроводжується набуттям таких компетентностей та результатів навчання:

Інтегральна

Здатність розв'язувати задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики.

Загальні

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним. ЗК04. Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово. ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та

аналізу інформації з різних джерел. ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні

СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів. СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефаківців, зокрема до осіб, які навчаються. СК08. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми в галузі медіаправа та медіабезпеки; виробляти ефективні рішення з використанням правового інструментарію, оцінювати сутність подій та процесів з позиції верховенства права та дотримання законодавства.

Опанувавши дисципліну «Правове управління медіабізнесом» здобувачі освіти повинні володіти такими **результатами навчання:**

РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

РН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

РН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.

За підсумками вивчення курсу формуються соціальні навички *soft skills*: здатність логічно обґрунтовувати свою позицію, здатність до навчання, знаходити вихід із складних ситуацій, ініціативність, вміння працювати в команді, комплексне рішення проблем, формування власної думки, вміння слухати та запитувати та інші.

1.2. Тематика практичних занять

№	Назва теми	К-сть годин, денна форма	К-сть годин, заочна форма
1	Нормативно-правові характеристики діяльності медіабізнесу.	2	1
2	Конституційно-правий захист журналістської діяльності	2	
3	Бізнесмоделі сучасних медіа	2	1
4	Медіабізнес та аудиторія	2	1
5	Створення моделей бізнесу в медіа	2	
6	Основні види функціонування медіабізнесу України.	2	
7	Систематизація бізнес-моделей українських медій.	2	1
8	Фінансові результати діяльності медіа, їх аналіз та використання.	2	1
9	Медіаменеджмент та медіамаркетинг у медіабізнесі.	2	
10	Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.	2	1
	Всього	20	6

1.3. Контрольні заходи та засоби діагностики

Поточний контроль знань студентів з освітньої компоненти проводиться за такими формами:

- оцінювання активності та роботи здобувачів освіти на лекціях;
- усне опитування на практичних заняттях або підготовка, презентація і обговорення укладеного та проаналізованого прикладного матеріалу;
- виконання контрольних або тематичнотворчих робіт та тестових завдань;
- участь в обговоренні проблемних питань / дискусія;
- використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) аналітичні доповіді;
- виконання поточних контрольних робіт за темами змістових модулів та тестових завдань.

1.4. Критерії та шкала оцінювання

Основними критеріями, що визначають ступінь компетентності здобувача вищої освіти при оцінюванні результатів поточного контролю з навчальної дисципліни «Медіабезпека та інформаційне суспільство» є:

- дотримання зазначених дедлайнів виконання всіх видів навчально-професійної роботи, зазначених у робочій програмі навчальної дисципліни;
- аналіз теоретико-прикладної складової акумуляції знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в основних та додаткових рекомендованих літературних джерелах;
- використання структурних характеристик тематичного діапазону, умов результативності медіа щодо пошуку, оброблення та аналізу інформації;
- використовувати основні поняття та принципи

теоретико-методологічних засади журналістської діяльності (мислення, аналіз, синтез);

- вміння застосовувати теоретико-прикладні знання у професійній діяльності;

- вміння використовувати теоретико-прикладні навички аналізу інформаційного простору України щодо особливостей функціонування медіаправового та медіабезпечного середовища.

Оцінювання результатів поточного контролю проводиться у розрахунку від 0 до 60 балів. Основними методами оцінювання є:

- аналіз усних відповідей;
- виконання практичних завдань.

Оцінювання виконання завдань здійснюється за такими критеріями (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленими до цілого числа):

0% - завдання не виконано;

40% - завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% - завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% - завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки несистемного характеру;

100% - завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Контрольні заходи та засоби діагностики

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

- оцінювання роботи студента на лекціях;
- опитування на практичних заняттях;
- опрацювання завдань для самостійної роботи;
- написання модульних контролів.

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання		
Вид заняття	Бали	Форма контролю
Поточна складова оцінювання		
Змістовий модуль		
<p>Практичне заняття 1. Нормативно-правові характеристики діяльності медіабізнесу. <i>Мета:</i> Опанувати правові аспекти діяльності медіа. Обґрунтувати правові аспекти функціонування медіабізнесу та нормативно-комунікаційний супровід діяльності. Використовуючи аналіз конкретних ситуацій проаналізувати державну реєстрацію медіа/ЗМІ.</p>	5	<p>Форми проведення заняття – практичне заняття Методи та технології навчання – комбіноване практичне заняття: доповіді, повідомлення, які переходять у розгорнуту дискусію в аудиторії. Форма контролю – підготовка презентації</p>
<p>Практичне заняття 2. Конституційно-правий захист журналістської діяльності <i>Мета:</i> Охарактеризувати поняття інтелектуальної власності і творчого процесу. Використовуючи аналіз конкретних ситуацій</p>	5	<p>Форми проведення заняття – практичне заняття Методи та технології навчання – навчальна дискусія, обговорення конкретних ситуацій (Case-</p>

<p>проаналізувати суб'єкти інтелектуальної власності і їх види. Право на інтелектуальну власність. Використовуючи аналіз конкретних ситуацій проаналізувати авторське право і професійна діяльність працівників медіа. Правовий супровід суміжних прав.</p>		<p>study) Форма контролю – аналіз конкретних ситуацій (Case-study)</p>
<p>Практичне заняття 3. Бізнесмоделі сучасних медіа <i>Мета:</i> Використовуючи аналіз конкретних ситуацій охарактеризувати медіабізнесові моделі та інтегрування контенту у кросмедійному середовищі . Обґрунтувати класифікацію бізнес-моделей та контентна приналежність щодо видів бізнес-моделей. З'ясувати особливості прибуткових і неприбуткових технологій діяльності у медіабізнесі.</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація та обговорення Форма контролю – практичне заняття з виступами студентів</p>
<p>Практичне заняття 4. Медіабізнес та аудиторія <i>Мета:</i> Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання –</p>

<p>крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study), здійснити на конкретному прикладі (вибір здобувачем освіти) моніторинг потреб аудиторії та контентне наповнення медіа; моніторинг медіа, вивчення тематики та форми подачі інформації. Охарактеризувати основні канали розповсюдження, активності та ресурсного супроводу медіаконтенту.</p>		<p><i>демонстрація</i> Форма контролю – <i>групове опитування студентів</i></p>
<p>Практичне заняття 5. Створення моделей бізнесу в медіа <i>Мета:</i> Охарактеризувати види і форми бізнес-моделей у медіабізнесі. Визначити основні складові бізнес-моделей в медіа. Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: ресурсно-активні моделі бізнесу в медіа. Охарактеризувати нормативно-правий супровід діяльності медіа.</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – <i>практичне заняття</i> Методи та технології навчання – <i>демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій</i> Форма контролю – <i>обговорення кейсів</i></p>

<p>Практичне заняття 6. Основні види функціонування медіабізнесу України. Мета: Охарактеризувати нормативно-правову базу функціонування медіа. Обґрунтувати правові засади функціонування діяльності медіапідприємств в Україні щодо державної реєстрації, правових та організаційних аспектів діяльності.</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>
<p>Практичне заняття 7. Систематизація бізнес-моделей українських медій. Мета: Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: грошові надходження від реалізації продукції періодичного видання та шляхи їх зростання. Охарактеризувати творчі аспекти та їхній вплив на зростання грошових надходжень в медіа. Обґрунтувати тиражну політику редакції залежно</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>

<p>від виду діяльності, ціноутворення та зміна ціни номера залежно від способів реалізації. Цінова політика редакції.</p>		
<p>Практичне заняття 8. Фінансові результати діяльності медіа, їх аналіз та використання. <i>Мета:</i> Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: шляхи збитку та джерел його покриття; прибуток та його використання.</p>	<p>5</p>	<p><i>Форми проведення занять – практичне заняття</i> Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>
<p>Практичне заняття 9. Медіаменеджмент та медіамаркетинг у медіабізнесі. <i>Мета:</i> Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: особливості функціонального розподілу роботи та управління в медіабізнесі. Здійснити</p>	<p>5</p>	<p><i>Форми проведення занять – практичне заняття</i> Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>

моніторинг медіаринку. Укласти бізнес-план медіадіяльності.		
Практичне заняття 10. Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності. <i>Мета:</i> Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) охарактеризувати медіабізнес та основні механізми співпраці в ринкових відносинах; медіабізнес та виробництво конкурентоспроможного журналістського продукту.	5	Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів
Усього практичні заняття	50	
Індивідуальне науково-дослідне завдання	10	Наукова стаття, або тези або реферат.
Усього поточна складова оцінювання:	60	
Підсумкова складова оцінювання		
2.1 Модульний контроль №1	20	Тести
2.2 Модульний контроль №2	20	Тести
Усього підсумкова складова оцінювання:	40	
РАЗОМ	100	

Шкала оцінювання

Кількість набраних балів студентом	Оцінка за національною шкалою
90-100 балів	Відмінно
82-89 балів	Добре
74-81 балів	
64-73 балів	Задовільно
60-63 балів	
35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання
1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ТЕМА 1. Нормативно-правові характеристики діяльності медіабізнесу.

План

1.1. Правові аспекти діяльності медіа. Інтелектуальна власність і творчий процес. Суб'єкти інтелектуальної власності і їх види. Право на інтелектуальну власність

1.2. Державна реєстрація медіа/ЗМІ.

Методичні рекомендації:

Опанувати правові аспекти діяльності медіа.

Обґрунтувати правові аспекти функціонування медіабізнесу та нормативно-комунікаційний супровід діяльності.

Використовуючи аналіз конкретних ситуацій проаналізувати державну реєстрацію медіа/ЗМІ.

Завдання до самостійної роботи:

Проаналізуйте основні закони та підзаконні акти, що регулюють медіабізнес у вашій країні (або обраній країні). Зверніть увагу на такі аспекти: історичний розвиток медіазаконодавства; основні принципи регулювання медіа; ліцензування медійної діяльності; відповідальність за порушення медіазаконодавства; міжнародні стандарти в медіаправі.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – комбіноване практичне заняття: доповіді, повідомлення, які переходять у розгорнуту дискусію в аудиторії.

Форма контролю – підготовка презентації

ТЕМА 2. Конституційно-правий захист журналістської діяльності

План.

2.1. Правові аспекти функціонування медіабізнесу та нормативно-комунікаційний супровід діяльності.

Авторське право і професійна діяльність працівників медіа.
Правовий супровід суміжних прав.

Методичні рекомендації:

Охарактеризувати поняття інтелектуальної власності і творчого процесу.

Використовуючи аналіз конкретних ситуацій проаналізувати суб'єкти інтелектуальної власності і їх види. Право на інтелектуальну власність.

Використовуючи аналіз конкретних ситуацій проаналізувати авторське право і професійна діяльність працівників медіа. Правовий супровід суміжних прав.

Завдання до самостійної роботи:

Охарактеризуйте правове регулювання онлайн-медіа та особливості регулювання блогів, соціальних мереж, онлайн-видань. Захист авторських прав на контент, плагіат, використання чужого матеріалу. Нормативно-правове регулювання реклами, соціальна реклама, недобросовісна конкуренція. Відповідальність медіа за поширення недостовірної інформації, зокрема, фейкові новини, hate speech, захист честі та гідності. Цензура та свобода слова баланс між свободою слова та іншими правами людини. Вплив медіа на політичні процеси, політична реклама, лобіювання.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – навчальна дискусія, обговорення конкретних ситуацій (Case-study)

Форма контролю – аналіз конкретних ситуацій (Case-study)

ТЕМА 3. Бізнесмоделі сучасних медіа

План.

3.1.Класифікацій бізнес-моделей та контентна приналежність. Види бізнес-моделей.

Методичні рекомендації:

Використовуючи аналіз конкретних ситуацій охарактеризувати медіабізнесові моделі та інтегрування контенту у кросмедійному середовищі . Обґрунтувати класифікацію бізнес-моделей та контентна приналежність щодо видів бізнес-моделей. З'ясувати особливості прибуткових і неприбуткових технологій діяльності у медіабізнесі.

Завдання до самостійної роботи:

Теоретичні завдання:

Охарактеризуйте основні бізнес-моделі сучасних медіа (реклама, підписка, freemium, спонсорство, краудфандинг тощо). Порівняйте переваги та недоліки кожної моделі. Проаналізуйте, як ці моделі еволюціонували з часом.

Оцініть, як цифрові технології змінили традиційні медіа-бізнеси. Проаналізуйте роль соціальних мереж, мобільних додатків та інших цифрових платформ у сучасних медіа.

Охарактеризуйте, як медіа компанії використовують дані для персоналізації контенту, таргетингу реклами та прийняття бізнес-рішень. Оцініть важливість аналітики для успіху сучасних медіа.

Проаналізуйте етичні проблеми, пов'язані з різними бізнес-моделями (наприклад, фейкові новини, захист персональних даних, вплив на демократію). Обговоріть, як медіа компанії можуть забезпечити баланс між комерційними інтересами та соціальною відповідальністю.

Практичні завдання

Вибір кейсу: Оберіть конкретну медіа компанію (наприклад, The New York Times, BuzzFeed, YouTube) і проаналізуйте її бізнес-модель. Оцініть, наскільки ефективною є ця модель в сучасних умовах. Пропонуйте рекомендації щодо її вдосконалення.

Створення власної бізнес-моделі: Розробіть бізнес-модель для гіпотетичного медіа стартапу. Обґрунтуйте свій вибір, враховуючи сучасні тренди та потреби аудиторії.

Порівняння українських та закордонних медіа: Проаналізуйте, як бізнес-моделі українських медіа відрізняються від закордонних. Визначте основні виклики та можливості для українських медіа.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація та обговорення

Форма контролю – практичне заняття з виступами студентів

ТЕМА 4. Медіабізнес та аудиторія

План.

4.1. Прибуткові та неприбуткові технології діяльності у медіабізнесі.

Методичні рекомендації:

Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study), здійснити на конкретному прикладі (вибір здобувачем освіти) моніторинг потреб аудиторії та контентне наповнення медіа; моніторинг медіа, вивчення тематики та форми подачі інформації. Охарактеризувати основні канали розповсюдження, активності та ресурсного супроводу медіаконтенту.

Завдання до самостійної роботи:

Теоретичні завдання:

Аналіз бізнес-моделей: Оберіть кілька медіакомпаній (традиційних та цифрових) і проаналізуйте їхні бізнес-моделі. Які джерела доходу вони використовують? Як вони залучають і утримують аудиторію? Порівняйте еволюцію бізнес-моделей медіакомпаній за останні 10 років. Які тренди ви помічаєте?

Сегментація аудиторії: Опишіть основні критерії сегментації аудиторії в медіабізнесі. Наведіть приклади сегментів для різних типів медіа (телебачення, радіо, газети, онлайн-медіа). Як медіакомпанії використовують дані про аудиторію для розробки цільових пропозицій?

Вплив соціальних мереж на медіабізнес: Проаналізуйте, як соціальні мережі змінили поведінку споживачів медіаконтенту. Які нові можливості та виклики це створює для медіакомпаній? Які стратегії використовують медіакомпанії для ефективної роботи в соціальних мережах?

Етичні аспекти взаємодії медіа та аудиторії: Обговоріть етичні проблеми, пов'язані з збором і використанням даних про користувачів. Як медіакомпанії можуть забезпечити конфіденційність особистої інформації? Які наслідки можуть мати маніпулятивні практики в медіа? Як захистити аудиторію від дезінформації?

***Форми проведення занять** – практичне заняття
Методи та технології навчання – демонстрація
Форма контролю – групове опитування студентів*

ТЕМА 5. Медіабізнес та аудиторія

План.

5.1. Створення моделей бізнесу в медіа

Методичні рекомендації:

Охарактеризувати види і форми бізнес-моделей у медіабізнесі. Визначити основні складові бізнес-моделей в медіа. Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: ресурсно-активні моделі бізнесу в медіа. Охарактеризувати нормативно-правий супровід діяльності медіа.

Завдання до самостійної роботи:

Розгляньте детально одну з популярних моделей (підписка, реклама, комбіновані моделі) на прикладі конкретних медіа. Проаналізуйте її ефективність, сильні та слабкі сторони, перспективи розвитку.

Порівняйте кілька моделей між собою, виявивши їх спільні риси та відмінності. Зробіть висновки про те, яка модель краще підходить для різних типів медіа та аудиторій.

Розробіть власну модель, яка б вирішувала актуальні проблеми медіа-ринку. Обґрунтуйте свій вибір, проаналізувавши потенційні ризики та переваги.

Дослідіть, як такі технології, як штучний інтелект, віртуальна реальність, блокчейн, впливають на розвиток бізнес-моделей в медіа. Прогнозуйте майбутнє медіа-індустрії на основі цих трендів.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

ТЕМА 6. Створення моделей бізнесу в медіа

План

6.1. Основні види функціонування медіабізнесу в Україні.

Методичні рекомендації:

Охарактеризувати нормативно-правову базу функціонування медіа. Обґрунтувати правові засади функціонування діяльності медіапідприємств в Україні щодо державної реєстрації, правових та організаційних аспектів діяльності.

Завдання до самостійної роботи:

Завдання 1: Аналіз медіа-ринку України

Проведіть детальний аналіз медіа-ринку України. Охарактеризуйте основних гравців на ринку (медіа-холдинги, телеканали, радіостанції, інтернет-видання). Визначте домінуючі тенденції розвитку медіа-ринку. Проаналізуйте вплив державної політики на функціонування медіа-бізнесу. Оцініть рівень конкуренції та концентрації медіа-власності. Порівняйте український медіа-ринок з медіа-ринками інших країн (наприклад, США, ЄС). Визначте спільні риси та відмінності. Проаналізуйте причини цих відмінностей. Сформулюйте висновки щодо стану та перспектив розвитку медіа-ринку України.

Завдання 2: Бізнес-моделі українських медіа

Проаналізуйте різноманітні бізнес-моделі, які використовують українські медіа. Реклама. Платні підписки. Спонсорство. Комерційні послуги. Державне фінансування. Комбіновані моделі. Оцініть ефективність кожної з моделей в сучасних умовах. Визначте фактори, що впливають на вибір бізнес-моделі медіа-компанією. Прогнозуйте, які бізнес-моделі будуть найбільш перспективними в майбутньому.

Завдання 3: Юридичне регулювання медіа-бізнесу в Україні

Проаналізуйте законодавчу базу, що регулює діяльність медіа в Україні. Визначте основні закони та підзаконні акти. Оцініть їхню відповідність міжнародним стандартам. Виявте проблеми та прогалини в чинному законодавстві. Розробіть пропозиції щодо вдосконалення законодавчої бази. Порівняйте українське законодавство з законодавством інших країн.

Завдання 4: Етичні аспекти медіа-бізнесу

Проаналізуйте етичні проблеми, з якими стикаються українські медіа: Маніпуляція інформацією. Поширення фейкових новин. Конфлікт інтересів. Захист авторських прав. Розробіть кодекс етики для журналістів і медіа-компаній. Оцініть роль саморегуляції в медіа-сфері.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

ТЕМА 7. Створення моделей бізнесу в медіа

План

7.1. Систематизація бізнес-моделей українських медій.

Методичні рекомендації:

Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: грошові надходження від реалізації продукції періодичного видання та шляхи їх зростання. Охарактеризувати творчі аспекти та їхній вплив на зростання грошових надходжень в медіа. Обґрунтувати тиражну політику редакції залежно від виду діяльності, ціноутворення та зміна ціни номера залежно від способів реалізації. Цінова політика редакції.

Завдання до самостійної роботи:

Створіть власну концептуальну модель класифікації бізнес-моделей українських медіа, обґрунтувавши її критерії.

Розробіть матрицю для порівняльного аналізу різних бізнес-моделей.

Історичний аналіз:

Прослідкуйте еволюцію бізнес-моделей українських медіа від радянського періоду до сучасності.

Визначте ключові фактори, що вплинули на зміну бізнес-моделей.

***Форми проведення занять** – практичне заняття*

***Методи та технології навчання** – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій*

***Форма контролю** – обговорення кейсів*

ТЕМА 8. Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.

План.

8.1. Фінансові результати діяльності медіа, їх аналіз та використання.

Методичні рекомендації:

Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: шляхи збитку та джерел його покриття; прибуток та його використання.

Завдання до самостійної роботи:

Врахувати особливості цільової аудиторії, конкурентне середовище, а також можливості цифрових каналів. Створення контент-плану для соціальних мереж. Розробити календар публікацій, визначити тематику постів, підібрати візуальний стиль. Виявити ключові фактори успіху та спробувати застосувати їх у власній роботі.

Створення презентації або відеоролика про сучасні тренди в маркетингу.

***Форми проведення занять** – практичне заняття*

***Методи та технології навчання** – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій*

***Форма контролю** – обговорення кейсів*

ТЕМА 9. Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.

План.

9.1. Медіаменеджмент та медіамаркетинг у медіабізнесі

Методичні рекомендації:

Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) продемонструвати: особливості функціонального розподілу роботи та управління в медіабізнесі.

Завдання до самостійної роботи:

Здійснити моніторинг медіаринку. Укласти бізнес-план медіадіяльності.

Теоретичні завдання:

Аналіз конкретної теорії маркетингу в контексті медіа. Наприклад, можна проаналізувати теорію чотирьох "P" (product, price, place, promotion) у цифровому маркетингу.

Порівняння традиційних та цифрових методів просування товарів і послуг. Оцінити ефективність кожного підходу, навести приклади.

Дослідження впливу соціальних мереж на споживчу поведінку. Проаналізувати, як платформи типу Facebook, Instagram, TikTok формують потреби та вподобання аудиторії.

Вивчення феномену інфлюенсер-маркетингу. Оцінити ефективність співпраці брендів з блогерами та лідерами думок.

Аналіз етичних аспектів сучасного маркетингу. Розглянути питання маніпуляції споживачем, захисту персональних даних тощо.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

ТЕМА 10. Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.

План.

10.1. Медіабізнес та основні механізми співпраці в ринкових відносинах.

10.2. Медіабізнес та виробництво конкурентоспроможного журналістського продукту.

Методичні рекомендації:

Використовуючи отримані навички практико-орієнтованого навчання крізь аналіз конкретних ситуацій (Case-study) охарактеризувати медіабізнес та основні механізми співпраці в ринкових відносинах; медіабізнес та виробництво конкурентоспроможного журналістського продукту.

Завдання до самостійної роботи:

Розробка бізнес-плану для створення власного стартапу. Проаналізувати ринок, визначити цільову аудиторію, розробити маркетингову стратегію.

Створення блогу або каналу на YouTube на маркетингову тематику. Регулярно публікувати цікавий та корисний контент.

3. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Самостійна робота – невід’ємна частина навчання журналістів, яка дозволяє закріпити теоретичні знання та розвинути практичні навички. Вона є основою для формування професійної компетентності майбутніх журналістів.

Огляд законодавчої бази, що регулює діяльність медіа в Україні та за кордоном.

Аналіз різних правових форм медіакомпаній (ТОВ, ПАТ, громадські організації тощо).

Вивчення питань авторського права, суміжних прав, захисту персональних даних у медіапросторі.

Дослідження відповідальності за поширення недостовірної інформації, порушення етичних норм журналістики;

Аналіз судової практики у справах, пов'язаних з медіабізнесом.

Розробка юридичних документів (договори, положення, інструкції) для медіакомпанії.

Аналіз конкретного кейсу з правовими проблемами в медіабізнесі.

Проведення опитування або інтерв'ю з представниками медіакомпаній.

Створення презентації або веб-сайту, присвяченого правому регулюванню медіабізнесу.

4. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне науково-дослідне завдання	20	Наукова стаття, або тези або реферат.
---	-----------	---------------------------------------

Написання реферату

Індивідуальне завдання передбачає написання наукової статті, або тези або реферату щодо тематики медіабезпеки та інформаційного суспільства та передбачає дослідження основних питань програмного матеріалу.

Усі реферати/тези/статті повинні відповідати єдиним вимогам <https://peremena.com.ua/uk/titul-uk/vimogi-do-referatu-v-ukrayini/>.

Перелік тем для рефератів

1. Конституційні засади свободи слова.
2. Гарантування свободи слова як однієї з фундаментальних свобод людини і громадянина.

3. Аналіз національного та міжнародного законодавства, що регулює діяльність медіа.
4. Порядок отримання та умови дії ліцензій на мовлення.
5. Правові межі цензури та роль саморегулювних органів у медіагалузі.
6. Інтелектуальна власність у медіабізнесі
7. Захист літературних, музичних, художніх творів, аудіовізуальних творів тощо.
8. Права виконавців, виробників фонограм, організацій мовлення.
9. Традиційні знаки для товарів і послуг, географічні зазначення, промислові зразки.
10. Захист авторських прав у цифровому середовищі, боротьба з піратством.
11. Захист персональних даних у медіабізнесі
12. Основні принципи та вимоги законодавства.
13. Обробка персональних даних у медіа.
14. Особливості обробки персональних даних журналістами, маркетологами тощо.
15. Правові аспекти передачі персональних даних за межі країни.
16. Антимонопольне законодавство в медіабізнесі
17. Конкурентне середовище в медіагалузі.
18. Аналіз ринку медіапослуг з точки зору конкуренції.
19. Заборона антиконкурентних угод, зловживання домінуючим становищем.
20. Державне регулювання процесів злиття та поглинання медіакомпаній.
21. Відповідальність за поширення інформації
22. Відшкодування збитків, заподіяних поширенням недостовірної інформації.

23. Кримінальні правопорушення у сфері масових комунікацій.

24. Адміністративні стягнення за порушення законодавства про медіа.

25. Захист інтелектуальної власності в медіабізнесі, питання авторського права в цифрову епоху.

26. Особливості правового статусу інтернет-видань, блогів, соціальних мереж.

27. Правові аспекти розміщення реклами, відповідальність за неправдиву рекламу.

28. Вплив політики на медіа, політична реклама, виборчі кампанії в медіапросторі.

29. Етичні стандарти в медіа, відповідальність за поширення неправдивої інформації.

30. Міжнародні договори про свободу слова, захист прав журналістів.

Перелік тем може мінятися з урахуванням актуальної проблематики у сфері .

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Sydorenko N., Mitchuk O., Holik O., Havryliuk I., Myronets N. Improving the Financial Stability of IT Companies through Social Media Marketing. WSEAS Transactions on Business and Economics. 2022, 19. P.P. 1621–1632

2. Tkachenko O., Zhylenko I., Poplavska N., Kuzmenko H., Zolyak V. *Personnel behaviour management through social communications*. Estudios de Economia Aplicada, 2021, 39(5).

3. Гарус А., Яніцький А. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільно-політичної

та економічної тематики. Київ, 2019. 32 с URL: https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2020/02/CEEJ_policy-brief-1.pdf

4. Основи медіабізнесу [Електронний ресурс] : підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / З. В. Григорова, О. А. Сухорукова, А. В. Кваско, Л. П. Шендерівська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 323 с.

5. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Харків : Фабула, 2019. 352 с.

6. Манн Ігор. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. К. : Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.

7. Мартін Томас. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа. К. : Фабула, 2020. 304 с.

8. Поклонська О. І. Права та обов'язки журналіста як основа ефективного функціонування засобів масової інформації. *Форум права*. 2017. № 3. С. 166–171.

9. Правове регулювання засобів масової інформації в Україні / І. М. Бойчук, І. М. Копистинська. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. Серія : Право*. 2017. № 3. С. 138–145.

10. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб. Вид., 2-ге, доп. Київ : ДП «Експрес-об'ява». 2018. 304 с.

Допоміжна література:

11. 10 правил дизайну від Павла Салиги. URL: <http://yellowarrow.ho.ua/ua/rules.html>.

12. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності підприємства : навчальний посібник. Видавництво : НЕУ, 2005

13. Бурмака М. В. Контактні програми на телебаченні: особливості «допродакшн»-, «продакшн»- і

«постпродакшн»періодів. URL:
<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1832>

14. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент. URL:
<http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/novi-instrumentariyizhurnalistyky-abo-yak-vryatuvaty-nudnyy-kontent.html>

15. Event-management або як зробити подію незабутньою [Електронний ресурс] / Топ Луцьк. URL:
http://toplutsk.com/articles-article_1594.html

16. Іванова О. В., Марковський О. В. Методичні підходи до розробки бізнес-івенту. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2010. №4. С. 62–65.

17. Конспект майстер-класу «VFX – це не просто постпродакшн». URL: <https://faculty.film.ua/uk/news/1759>

18. Конспект майстер-класу «Бюджетування візуальних ефектів». URL:
<https://faculty.film.ua/uk/news/1885>

19. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : монографія / В. В. Різун, В. Е. Шевченко, Л. П. Федорчук ; за заг. ред. В. Е. Шевченко. ВПЦ «Київський університет», 2018. 319 с.

20. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій : специфіка і креативність. Львів, *Вісник Львівського університету Сер. Журналістика*. 2018. Випуск 44. Львів. С. 239–245. URL:
<http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9374>

21. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики : теоретичні аспекти. Львів, *Вісник Львівського університету Сер. Журналістика*. 2018. Випуск 44. С. 246–253 URL:
<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/600087.pdf>

22. Примбс Штефан. Соціальні медіа для журналістів. редакційна робота з Gacebook, Twitter & Co / редактор В. Ф. Іванов ; перекладач В. Климченко. Академія вільної преси, 2018. 198 с.

23. Романцов А. Н; Event-маркетинг: Сутність і особливості організації. 2010.

24. Хамініч С. Ю. Стратегічне планування на підприємствах: теоретико методологічний аспект. *Економіка: проблеми теорії та практики* : Збірник наукових праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. Вип. 249 : в 6 т. Т. 5. С. 1317–1322.

Інформаційні ресурси

Національна спілка журналістів України. URL: <https://nsju.org/>

Закон України «Про Медіа». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>

Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих медіа». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/917-19>

Закон України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80>

Закон України «Про державну таємницю». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3855-12>

Закон України «Про доступ до публічної інформації». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>

Закон України «Про інформацію». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

Закон України «Про авторське право і суміжні права». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>

Сайт Європейського суду з прав людини. URL: <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=applicants/ukr&c>

Сайт справ Європейського суду з прав людини. URL: <https://hudoc.echr.coe.int/rus>

Сайт Міністерства інформаційної політики України. URL: <https://mip.gov.ua/>

Сайт Центру демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/>

Сайт Незалежної медійної ради. URL: www.mediarada.org

Словник мови тіла. URL: <http://surl.li/mnrwt>

Теорія брехні. URL: <https://uaserials.pro/225-teorya-brehn-sezon-1.html>