

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут права
Кафедра інформаційного права та юридичної
журналістики

08-04-06М

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

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІП
Протокол № 8 від 28.01.2025 р.

Рівне – 2025

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. [Електронне видання] / Мітчук О. А. – Рівне : НУВГП, 2025. – 32 с.

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

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

Керівник групи забезпечення спеціальності 061 «Журналістика» Мітчук О. А.

© О. А. Мітчук, 2025

© НУВГП, 2025

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	24
4. Індивідуальна робота студентів	26
Рекомендована література	28

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».

Сучасний медіабізнес є складною сферою діяльності, що поєднує правові, економічні та управлінські аспекти. В умовах динамічного розвитку інформаційних технологій та змін у законодавчому полі особливо важливим є знання правових основ управління медіакомпаніями та їх взаємодії з державними органами, партнерами, рекламодавцями й аудиторією.

Дисципліна **«Правове управління медіабізнесом»** спрямована на формування у студентів комплексного розуміння правового регулювання діяльності медіаорганізацій, зокрема питань інтелектуальної власності, ліцензування, договірних відносин, інформаційної безпеки та етики в медіасфері.

Методичні вказівки розроблені з метою допомоги студентам у засвоєнні ключових теоретичних

положень та практичному застосуванні правових норм у сфері медіабізнесу. Вони містять основні теми курсу, методичні рекомендації щодо їх вивчення, приклади правових ситуацій та завдання для самостійної роботи.

Правове управління медіабізнесом – це комплекс заходів, які забезпечують відповідність діяльності медіакомпаній законодавчим вимогам та регулюють їхні взаємовідносини з партнерами, клієнтами та державними органами.

Нормативно-правова база медіабізнесу

Основними нормативними актами, що регулюють діяльність медіакомпаній в Україні, є:

Конституція України (статті про свободу слова, право на інформацію).

Закон України "Про інформацію" – встановлює права та обов'язки суб'єктів інформаційних відносин.

Закон України "Про медіа" – регулює діяльність телерадіомовників, друкованих та онлайн-ЗМІ.

Закон України "Про авторське право і суміжні права" – регламентує використання контенту, ліцензування та захист інтелектуальної власності.

Закон України "Про рекламу" – визначає вимоги до рекламного контенту та заборони.

Законодавство про захист персональних даних – зобов'язує медіакомпанії захищати дані користувачів.

Органи державного регулювання медіа

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення – регулює та ліцензує діяльність ЗМІ.

Державна служба інтелектуальної власності – контролює дотримання авторських прав.

Антимонопольний комітет України – запобігає монополізації медіаринку.

Кіберполіція – займається боротьбою з кіберзлочинами та незаконним використанням контенту.

Ліцензування та дозвільна система

Деякі види медіадіяльності потребують ліцензії, зокрема:

Телерадіомовлення (ефірне, кабельне, супутникове).

Провайдерська діяльність у сфері телебачення та радіомовлення.

Друковані видання та онлайн-медіа (за бажанням).

Авторське право в медіа

Важливим аспектом правового управління є дотримання авторських прав:

Використання чужих матеріалів можливе лише за згодою автора або на підставі ліцензійних угод.

У випадку порушення авторських прав можливі штрафи або судові позови.

Медіакомпанії можуть захищати власний контент через реєстрацію авторських прав та укладання угод про розповсюдження.

Захист персональних даних та конфіденційності

Медіакомпанії, які працюють з персональними даними, повинні:

Отримувати згоду користувачів на збір і використання даних.

Захищати інформацію від витоків та зловживань.

Дотримуватися законодавства щодо обробки персональних даних (GDPR, українські норми).

Відповідальність за порушення законодавства

За недотримання норм медіазаконодавства передбачені:

Адміністративні штрафи за поширення недостовірної інформації, порушення авторських прав.

Кримінальна відповідальність за розпалювання ворожнечі, наклеп, незаконне поширення персональних даних.

Закриття ЗМІ або блокування сайту за грубі порушення.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЇЇ СТРУКТУРА

1.1 Опис навчальної дисципліни

Метою викладання освітньої компоненти «*Правове управління медіабізнесом*» 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 складні спеціалізовані задачі у галузі правничої діяльності.

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 нефахівців, 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**:

PH05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

PH10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

PH12. 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, уміння слухати та запитувати та інші.

1.2. Тематика практичних занять

№	Назва теми	К-сть годин, денна форма	К-сть годин, заочна форма
1	<i>Нормативно-правові характеристики діяльності медіабізнесу.</i>	2	1
2	<i>Бізнесмоделі сучасних медіа</i>	4	1
3	<i>Медіабізнес та аудиторія</i>	4	2

4	<i>Створення моделей бізнесу в медіа</i>	4	1
5	<i>Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.</i>	6	2

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 «Правове управління медіабізнесу» є:

Теоретичні знання

Розуміння основних понять та принципів правового регулювання медіабізнесу.

Знання законодавчих актів, що регулюють діяльність медіа в Україні та світі.

Орієнтація в авторському праві, ліцензуванні та регулюванні контенту.

Аналіз і застосування законодавства

Уміння аналізувати нормативно-правові акти та застосовувати їх на практиці.

Здатність оцінювати юридичні ризики в діяльності медіабізнесу.

Навички тлумачення та критичного аналізу правових норм.

Практичні навички

Вміння складати юридичні документи (договори, ліцензійні угоди, політики конфіденційності).

Виконання кейсів і моделювання правових ситуацій у сфері медіа.

Здатність працювати з юридичними базами даних та інформаційними ресурсами.

Комунікаційні навички та аргументація

Чітке та логічне висловлення правових позицій.

Аргументованість у дискусіях щодо правового управління медіабізнесом.

Вміння ефективно презентувати результати досліджень і юридичних висновків.

Самостійна робота та дослідження

Виконання індивідуальних завдань, рефератів, аналітичних записок.

Опрацювання додаткових джерел інформації та законодавства.

Активність у навчальному процесі та участь у тематичних заходах (конференції, вебінари).

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 3 можливістю повторного складання
1-34 балів	Незадовільно 3 обов'язковим повторним вивченням курсу

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання

Вид занять	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</p>	5	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – комбіноване практичне заняття: доповіді, повідомлення, які</p>

<p>медіабізнесу та нормативно-комунікаційний супровід діяльності. Використовуючи аналіз конкретних ситуацій проаналізувати державну реєстрацію медіа/ЗМІ.</p>		<p>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 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>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – навчальна дискусія, обговорення конкретних ситуацій (Case-study) Форма контролю – аналіз конкретних ситуацій (Case-study)</p>
<p>Практичне заняття 3. Бізнесмоделі сучасних медіа</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття</p>

<p>Мета: 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>Методи та технології навчання — демонстрація та обговорення Форма контролю — практичне заняття з виступами студентів</p>
<p>Практичне заняття 4. Медіабізнес та аудиторія Мета: 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.</p>	5	<p>Форми проведення занять — практичне заняття Методи та технології навчання — демонстрація Форма контролю — групове опитування студентів</p>

<p>Охарактеризувати основні канали розповсюдження, активності та ресурсного супроводу медіаконтенту.</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>	5	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>
<p>Практичне заняття 6. Основні види функціонування медіабізнесу в Україні. <i>Мета:</i> Охарактеризувати нормативно-правову базу функціонування медіа. Обґрунтувати правові засади функціонування діяльності</p>	5	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю –</p>

<p>медіапідприємств в Україні щодо державної реєстрації, правових та організаційних аспектів діяльності.</p>		<p>обговорення кейсів</p>
<p>Практичне заняття 7. Систематизація бізнес-моделей українських медій. <i>Мета:</i> 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 політика редакції залежно від виду діяльності, ціноутворення та зміна ціни номера залежно від способів реалізації. Цінова політика редакції.</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 8. Фінансові результати діяльності медіа, їх аналіз та використання.</p>	<p>5</p>	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та</p>

<p><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>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 моніторинг медіаринку. Укласти бізнес-план медіадіяльності.</p>	5	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>
<p>Практичне заняття 10. Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.</p>	5	<p>Форми проведення занять – практичне заняття Методи та технології</p>

<p>Мета: 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.</p>		<p>навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій Форма контролю – обговорення кейсів</p>
Усього практичні заняття	50	
Індивідуальне науково-дослідне завдання	10	Наукова стаття, або тези або реферат.
Усього поточна складова оцінювання:	60	
Підсумкова складова оцінювання		
Модульний контроль №1	20	Тести
Модульний контроль №2	20	Тести
Усього підсумкова складова оцінювання:	40	
РАЗОМ	100	

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ТЕМА 1. Нормативно-правові характеристики діяльності медіабізнесу.

Опис теми.

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.

1.3. Правові аспекти функціонування медіабізнесу та нормативно-комунікаційний супровід діяльності. Авторське право і професійна діяльність працівників медіа. Правовий супровід суміжних прав.

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.

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. Бізнесмоделі сучасних медіа

Опис теми.

2.1. Характеристика медіабізнесових моделей та інтегрування контенту у кросмедійному середовищі .

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

2.3. Прибуткові та неприбуткові технології діяльності у медіабізнесі.

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.

Форми проведення занять – практичне заняття

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

Форма контролю – аналіз конкретних ситуацій (Case-study)

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

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. Медіабізнес та аудиторія

Опис теми.

3.1. Моніторинг потреб аудиторії та контентне наповнення медіа.

3.2. Моніторинг медіа, вивчення тематики та форми подачі інформації.

3.3. Основні канали розповсюдження, активності та ресурсного супроводу медіаконтенту.

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.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація

Форма контролю – групове опитування студентів

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.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

ТЕМА 4. Створення моделей бізнесу в медіа

Опис теми.

4.1. Види і форми бізнес-моделей у медіабізнесі.
Основні складові бізнес-моделей в медіа.

4.2. Ресурсно-активні моделі бізнесу в медіа.

4.3. Нормативно-правий супровід діяльності медіа.

Методичні рекомендації:

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

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

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.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

ТЕМА 5. Сучасні ринкові відносини та прикладний компонент медіадіяльності.

Опис теми.

5.1. Медіабізнес та основні механізми співпраці в ринкових відносинах.

5.2. Медіабізнес та виробництво конкурентоспроможного журналістського продукту.

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.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

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

медіабізнесі. Здійснити моніторинг медіаринку. Укласти бізнес-план медіадіяльності.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

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.

Форми проведення занять – практичне заняття

Методи та технології навчання – демонстрація презентації та аналіз конкретних ситуацій

Форма контролю – обговорення кейсів

2. 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.

Самостійна робота з дисципліни **"Правове управління медіабізнесом"** передбачає поглиблене вивчення правових аспектів функціонування медіакомпаній та організацій. Вона спрямована на формування у студентів практичних навичок аналізу нормативно-правових актів, що регулюють діяльність

медіасфери, та розробку правових механізмів управління медіабізнесом.

Основні напрями самостійної роботи:

Аналіз законодавства

Дослідження національного та міжнародного законодавства, що регулює діяльність ЗМІ.

Вивчення особливостей правового статусу медіаорганізацій та їхніх обов'язків.

Розгляд судової практики

Аналіз справ щодо порушень у сфері медіаправа (наклеп, захист авторських прав, медіаконкуренція тощо).

Оцінка рішень Європейського суду з прав людини у справах, пов'язаних зі свободою слова.

Розробка бізнес-документації

Підготовка договорів (авторські угоди, ліцензійні договори, контракти з рекламодавцями).

Складання внутрішніх положень медіакомпанії щодо редакційної політики та етики.

Кейсові дослідження

Аналіз кейсів щодо конфліктів у медіабізнесі (злиття компаній, питання цензури, регулювання контенту).

Розгляд реальних бізнес-ситуацій із розробкою правових рішень.

Написання аналітичних та наукових робіт

Огляд проблематики правового регулювання медіа в умовах цифрової трансформації.

Порівняльний аналіз моделей правового управління медіабізнесом у різних країнах.

Очікувані результати:

Розуміння ключових юридичних норм та їхнього застосування в медіасфері.

Вміння використовувати правові механізми для управління медіабізнесом.

Навички підготовки юридичних документів та аналізу правових ризиків.

Розвиток критичного мислення у сфері медіаправа.

Самостійна робота може включати реферати, есе, аналіз судових рішень, підготовку бізнес-документів та участь у дискусіях, що сприяє комплексному розумінню правових аспектів управління медіабізнесом.

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. Загальні правові засади медіабізнесу
2. Правові основи діяльності медіакомпаній в Україні та світі
3. Ліцензування та реєстрація медіабізнесу: законодавчі вимоги

4. Роль Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення у регулюванні медіа
5. Інтелектуальна власність у сфері медіа
6. Авторське право в медіабізнесі: міжнародні та національні стандарти
7. Захист інтелектуальної власності у цифрових медіа
8. Юридичні аспекти використання музики, зображень і відео у медіаконтенті
9. Цифрові медіа та нові технології
10. Правове регулювання діяльності онлайн-медіа та соціальних мереж
11. Законодавчі вимоги до персональних даних користувачів у цифрових медіа
12. Відповідальність платформ за незаконний контент: міжнародна практика
13. Регулювання контенту та свобода слова
14. Юридичні обмеження поширення фейкової інформації та дезінформації
15. Заборона пропаганди та мовлення, що розпалює ворожнечу: правові аспекти
16. Співвідношення свободи слова та захисту суспільної моралі у медіа
17. Фінансування та економічні аспекти медіабізнесу
18. Правові основи рекламної діяльності в ЗМІ
19. Фінансова відповідальність медіакомпаній та оподаткування у сфері медіа
20. Спонсорство, краудфандинг та інші моделі фінансування медіабізнесу
21. Юридична відповідальність у сфері медіа
22. Юридична відповідальність журналістів за поширення недостовірної інформації

23. Судові позови проти медіа: захист репутації та ділової честі

24. Відповідальність блогерів та інфлюенсерів за рекламу та публікації

25. Етика та саморегулювання у медіа

26. Кодекси етики журналіста та правові механізми їх реалізації

27. Функції та роль органів саморегулювання у медіабізнесі

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. 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. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільнополітичної та економічної тематики. Київ, 2019. 32 с. URL: https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2020/02/CEEJ_policy-brief-1.pdf (Дата звернення 22.08.2024).

4. Основи медіабізнесу : підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» /

3. 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>. (Дата звернення 22.08.2024).

12. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності підприємства : навчальний посібник. Видавництво: НЕУ, 2005. 242 с.

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> (Дата звернення 22.08.2024).

14. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/novi-instrumentariyizhurnalistyky-abo-yak-vryatuvaty-nudnyy-kontent.html> (Дата звернення 22.08.2024).

15. Event-management або як зробити подію незабутньою. URL: http://toplutsk.com/articles-article_1594.html (Дата звернення 22.08.2024).

16. Іванова 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> (Дата звернення 22.08.2024).

18. Конспект майстер-класу «Бюджетування візуальних ефектів». URL: <https://faculty.film.ua/uk/news/1885> (Дата звернення 22.08.2024).

19. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : монографії / 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. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2018. Випуск 44.

С. 239–245. URL:

<http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9374> (Дата звернення 22.08.2024).

21. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики : теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2018. Випуск 44. С. 246–253 URL:

<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/600087.pdf> (Дата звернення 22.08.2024).

22. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. редакційна робота з Gasebook, 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. 180 с.

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 в Інтернет

Сайт Європейського суду з прав людини. URL: <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=applicants/ukr&c> (Дата звернення 22.08.2024).

Сайт справ Європейського суду з прав людини. URL: <https://hudoc.echr.coe.int/rus> (Дата звернення 22.08.2024).

Сайт Міністерства інформаційної політики України. URL: <https://mip.gov.ua/> (Дата звернення 22.08.2024).

Сайт Центру демократії та верховенства права.
URL: <https://cedem.org.ua/> (Дата звернення
22.08.2024).

Сайт Незалежної медійної ради.
www.mediarada.org (Дата звернення 22.08.2024).

Національна спілка журналістів України. URL:
<https://nsju.org/> (Дата звернення 22.08.2024).

Словник мови тіла. URL: <http://surl.li/mnrwt> (Дата
звернення 22.08.2024).

Теорія брехні. URL: [https://uaserials.pro/225-
teorya-brehn-sezon-1.html](https://uaserials.pro/225-teorya-brehn-sezon-1.html) (Дата
звернення 22.08.2024).