



СИЛАБУС

обов'язкової навчальної дисципліни
ОК 19 «МЕДІА-БІЗНЕС»
Обсяг 4 кредити/ 120 годин

Освітня програма – Управління проектами
Рівень вищої освіти – Перший (бакалаврський)
Спеціальність – 073 «Менеджмент»

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



ЧЕРНОВА ІРИНА ВІКТОРІВНА,
доцент, кандидат філологічних наук

Контактна інформація:

- +38 (097)2797735;
- e-mail: filol68@ukr.net;
- І навчальний корпус, аудиторія 368

Час і місце проведення консультацій:
згідно з графіком консультацій

ОПИС КУРСУ

Навчальна дисципліна "Медіабізнес" присвячена вивченню медіаіндустрії як сегмента національної і світової економічної системи, яка, окрім внеску у створення валового світового і внутрішнього продукту, має суттєвий вплив на всі аспекти життя як окремої особи, так і суспільства в цілому.

Зміни в економічних умовах господарювання зумовлюють глибокі трансформаційні процеси, викликані, розширенням спектру медіапродуктів, науково-технічним прогресом, який призвів до появи нових медіаканалів і технологій.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Мета курсу – сформувати у здобувачів уявлення про сутність медіаіндустрії і її особливий характер, основні етапи та сучасні тенденції її розвитку, складові елементи медіаіндустрії та специфіку діяльності медіаорганізацій.

- Завданням дисципліни є:
- ознайомлення здобувачів із специфікою функціонування медіаіндустрії, її ринковими механізмами та особливостями цифрової трансформації бізнесу.
- формування навичок стратегічного управління медіаактивами, розробки ефективних бізнес-моделей у медіасфері, з урахуванням сучасних технологічних та ринкових викликів.
- вивчення принципів монетизації контенту, управління медіахолдингами, а також особливостей дистрибуції медіапродуктів у цифровому середовищі.
- розвиток компетенцій у сфері аналізу медіаринку, прогнозування тенденцій та прийняття управлінських рішень на основі комплексного розуміння медіаекономіки.



- підготовка до практичної діяльності в медіабізнесі через кейс-стаді, моделювання бізнес-процесів та застосування сучасних інструментів медіаменеджменту.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Загальні:

ЗКЗ. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 13. Цінування мультикультурності. та повага різноманітності та

ЗК 14. Здатність працювати у міжнародному контексті.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальні:

СК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК 8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Може вивчатися на будь-якому етапі підготовки.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
1	2	3
Змістовий модуль 1 КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ МЕДІАБІЗНЕСУ		
1	Тема 1. Мета та завдання курсу. Основні поняття медіабізнесу (2 год).	Мета та завдання дисципліни. Медіа та бізнес-середовище. Структура сучасної медіасистеми. Сучасні тенденції в медіабізнесі (2 год).
2	Тема 2. Історія медіа в контексті суспільного розвитку (2год).	Основні етапи розвитку медіа. Розвиток медіа протягом години В. Шраума – К.Мертена. Формування



		вітчизняних медіа(2год).
3	Тема 3. Медіаіндустрія як прикладний аспект медіа (2год).	Медіаіндустрія в системі ринкових відносин. Медіаіндустрія як індустрія вільного часу. Індустрія культури. Медіаіндустрія як індустрія розваг (2 год).
4	Тема 4. Ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год).	Поняття про медіаринок, як двокопонтентний ринок товарів і послуг. Географічний ринок медіа. Ресурсний ринок медіа (2 год).
5	Тема 5. Традиційні медіа (2год).	Телебачення в медіасистемі. Сучасні проблеми і принципи функціонування. Радіо в системі ЗМІ. Види радіомовлення та форми радіопрограм. Тенденції розвитку. Друковані медіа. Види друкованих медіа. Сучасні проблеми розвитку друкованих медіа (2 год).
6	Тема 6. Нові медіа (2 год).	Нові медіа та їх загальна характеристика Загальна характеристика соціальних медіа та основні етапи їх розвитку Класифікація соціальних медіа (2 год).
Змістовний модуль 2 МЕДІАБІЗНЕС В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН		
7-8	Тема 7. Бізнес моделювання у медіабізнесі(4 год).	Поняття і види бізнес-моделей у медіабізнесі Компоненти бізнес-моделей Комерційні та некомерційні, гібридні моделі (4 год).
9	Тема 8. Форми організації медіабізнесу в Україні (2 год).	Нормативно-правова база створення і діяльності медіа Медійні підприємства в Україні та їх організаційно-правові форми. Реєстрація та ліцензування у медіабізнесі Проблеми власності в медіабізнесі (2 год).



0-11	Тема 9. Медіамаркетинг (4 год).	Особливості медіамаркетингу Аналіз середовища функціонування медіаорганізацій Аналіз медіаринку Сегментація і позиціонування на медіаринку Методи розробки продуктової, цінової і збутової стратегії в медіамаркетингу(4 год)
12	Тема 10. Основи медіаменеджменту (2год).	Зміст, підходи та моделі медіаменеджменту Принципи медіаменеджменту Функції управління у медіабізнесі Правові засади управління медійними підприємствами Завдання та компетентності медіаменеджера(2 год).
13	Тема 11. Бізнес-план медіавидання економічного профілю (2 год).	Бізнес-план та його структура. Концепція створення та розвитку спеціалізованого медіавидання економічного профілю. Коонтентна стратегія. Маркетинговий план; Організаційна структура; Фінансові прогнози; Оцінка потенційних ризиків(2 год).
14	Тема 12. Цифрова трансформація та майбутнє медіабізнесу(2 год).	Вплив цифровізації та конвергенції медіа в мультиплатформному середовищі Формування сегменту онлайн-медіа та OTT-платформ Використання передових технологій для персоналізації контенту, аналітики аудиторії та автоматизації процесів виробництва (2 год).

САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна робота включає: **теоретичну підготовку**(опрацювання опорних конспектів та теоретичних матеріалів для глибокого розуміння концепцій лідерства та корпоративного управління), **виконання практичних завдань** (виконання кейсів, участь у рольових іграх, аналіз управлінських ситуацій з реального бізнес-середовища України) і **науково-дослідницьку роботу**(розробку власних проєктів і стратегій, підготовку доповідей та презентацій з актуальних питань лідерства) та формування особистої



освітньої траєкторії у вигляді проходження курсів, участі у роботі вебінарів, семінарів тощо..

Обсяг годин самостійної роботи для денної та заочної форм навчання складає 64 і 108 годин відповідно. Графік консультативної допомоги та розклад контрольних заходів здобувач отримує на кафедрі.

Приклади курсів для формування індивідуальної освітньої траєкторії:

<https://ed-era.com/course/media-literacy/> - Курси з медіаграмотності та цифрових навичок

<https://osvitoria.university/courses/mediagramotnist/> (Школа медіаграмотності)

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/online-media/> (Інтернет-медіа)

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/vid-komunalnyh-do-nezaleznyh/> (Від комунальних до незалежних медіа)

<https://study.ed-era.com/uk/courses/course/5124> (Як писати про економіку без помилок?)

<https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-journalism> Цифрова журналістика

<https://osvita.diia.gov.ua/courses/smm-specialist> SMM-спеціаліст.

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Основна:

1. Григорова З.В, Сухорукова О. А., Кваско А. В., Шендерівська Л. П.. Основи медіабізнесу КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ, КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 323 с. Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/42183/1/Osnovymediabiznesu_Pidruchnyk_2021.pdf
2. Кирилова О.В., Хотюн Л.В. Навчальний посібник з дисципліни «Сучасне медіавиробництво» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності С7 журналістика. — Дніпро : ДНУ, 2025. 180 с.
3. 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. Електронні текстові дані (1 файл: 4,70 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 323 с.
4. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с.

Додаткова:

1. Вдовічена О., Дюгованець О., Чернова І. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні. Інвестиції: практика та досвід № 2/2022. С.81-87 http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2022/14.pdf
2. Голопис І. М.; Чернова І. В. Мовні стратегії маніпуляції в українському медійному дискурсі: конітивний та прагматичний аспекти. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 36 (75). № 4. 2025 С.13-18. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.1/03>
3. Євсейцева О. С., Собцева Г. М. Аналіз медійного ринку України. Ефективна економіка [Електронний журнал]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4983>
4. Касьяненко , А.Т. і Татакі , О.О. 2024. Особливості сучасного українського медіасектору. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*. (Груд 2024), 34-36.
5. Квак М. Медіабізнес України в умовах війни: економічні виклики та перспективи розвитку. Формування ринкової економіки в Україні. 2024. Вип. 52. С. 274-282



<http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.52.0.5226>

6. Ольховик, В. Особливості реалізації медіаосвіти в освітніх програмах Євросоюзу. *NewInception*, (3-4 (17-18)), 70–77. <https://doi.org/10.58407/NI.24.3-4.7>
7. Чернова, І., Антонова, А. (2024). Економічний чинник у структурі іміджу України. *Scientific Collection «InterConf+»*, (41(185)), 83–88. <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.01.2024.007>
8. Юрченко, О. А., & Неділько, М. С. Комунаційна політика Європейського Союзу в контексті міжнародних економічних відносин. In *The 8 th International scientific and practical conference “Science and society: modern trends in a changing world” (July 8-10, 2024) MDPC Publishing, Vienna, Austria. 2024. 277 p. (p. 245).*

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. <http://rada.gov.ua> – Верховна Рада України.
2. <http://www.kmu.gov.ua/> – веб-сайт Кабінету Міністрів України.
3. <http://minfin.gov.ua> – Міністерство фінансів України.
4. <http://ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики України.
5. <http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/index> – веб-сайт Державної аудиторської служби України.
6. <http://sfs.gov.ua/> – веб-сайт Державної фіскальної служби України.
7. <http://liga.net> – Ліга Бізнес Інформ
8. <http://pau.kiev.ua> – Нормативні акти України
9. <http://www.nbuv.gov.ua>. – Національна бібліотека України ім. В.І.Вернадського

ОЦІНЮВАННЯ

1. Критерії оцінювання результатів навчання

Поточне оцінювання та самостійна робота														Підсумкови й тест (іспит)	Сум а
МОДУЛЬ 1							МОДУЛЬ 2								
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T1 0	T1 1	T1 2	T1 3	T1 4	30	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	

*окремі теми можуть бути зараховані на основі результатів неформальної та інформальної освіти у вигляді сертифікатів відповідно до «Положення про порядок визнання НУ «Запорізька політехніка» результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти» та обсягу й тематики курсу.

T1, T2 ... T14 – теми змістових модулів.

Підсумкова (загальна) оцінка курсу освітньої компоненти є сумою рейтингових оцінок (балів), отриманих за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне тестування рівня засвоєння і теоретичного матеріалу під час аудиторних занять і самостійної роботи. Форми, методи та критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів визначаються Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка». https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Положення_про_організацію_освітнього_процесу-1.pdf



Методами поточного контролю є тестування, виконання практичних робіт та активність на заняттях. Кількість балів, яку можна отримати за кожну практичну роботу - 5 балів, за тестове завдання до модуля – 10 балів. Другий модульний контроль передбачає створення бізнес-плану для медіа економічного профілю.

Структура бізнес-плану:

Концепція створення та розвитку спеціалізованого медіавидання економічного профілю, спрямованого на забезпечення якісної аналітичної інформації у сфері економіки, бізнесу та фінансів;

аналіз ринку та цільової аудиторії

контентна стратегія;

маркетинговий план;

організаційна структура;

фінансові прогнози;

оцінка потенційних ризиків.

Методом підсумкового контролю з дисципліни «Медіабізнес» є іспит у формі тесту. Максимальна кількість балів - 40 балів.

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно з розкладом, дотримуватися етики поведінки, працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Пропущені без поважних причин практичні заняття відпрацьовуються.

При вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка»

https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

Усі письмові роботи допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Академічна доброчесність у контексті генеративного штучного інтелекту (ШІ) передбачає етичне та прозоре використання інструментів без порушення авторських прав та принципів самостійного виконання робіт відповідно до «Рекомендацій щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти»

<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/news/2025/04/24/shi-v-zakladakh-vyshchoi-osvity-24-04-2025.pdf>.

Визнання результатів навчання, здобутих в межах неформальної чи інформальної освіти регулюється відповідним Положенням про порядок визнання Національним університетом «Запорізька політехніка» результатів навчання, здобутих шляхом неформального та/або інформальної освіти», затвердженим 30.05.2023р.

https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Pol_pro_por_vyzn_rezultativ_navch_zdob_neform_inform_osvity.pdf

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.

Відеоконференційні платформи Zoom, Google Meet, Skype

Електронні редактори текстів і графіки Microsoft Word, Canva, Excel, Microsoft PowerPoint.

Програми зі ШІ: Gamma



ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Онлайн-дошка Padlet.

