



**ЗИГМУНД ФРОЙД УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНА**

**КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Вченою радою університету

Протокол №10 від  
«11» червня 2025 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«МЕДІАЕКОНОМІКА»**

Освітній рівень: Перший (бакалаврський)

Галузь знань: С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»

Спеціальність С4 «Психологія»

Освітньо-професійна програма "Психологія"

Статус дисципліни: вибіркова

Форма навчання: денна

| <u>Форма<br/>навчання</u> | <u>Курс</u> | <u>Семестр</u> | <u>Лекції<br/>(год.)</u> | <u>Практичні<br/>(год.)</u> | <u>Самостійна<br/>робота<br/>студента<br/>(год.)</u> | <u>Разом<br/>(год.)</u> | <u>Залік<br/>(сем.)</u> |
|---------------------------|-------------|----------------|--------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <u>Денна</u>              | <u>4</u>    | <u>7</u>       | <u>20</u>                | <u>16</u>                   | <u>54</u>                                            | <u>90</u>               | <u>7</u>                |

Київ-ЗФУУ  
2025

Робоча програма розроблена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини», спеціальності С4 Психологія, затвердженої вченою радою ЗФУУ (протокол № 10 від «11» червня 2025 року)

Доктор психологічних наук,  
професор кафедри психології

  
(підпис)

М. Максимов

Робочу програму обговорено та затверджено на засіданні кафедри психології

Протокол № 9 від “21” травня 2025 року

Завідувач кафедри психології

  
(підпис)

І. Клименко

Гарант ОПП «Психологія»

  
(підпис)

І. Клименко

Пролонговано:

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_  
(підпис) (ПІБ)

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Найменування показників                                        | Галузь знань, спеціальність, ОПП, ступень вищої освіти                                  | Характеристика навчальної дисципліни                          |       |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------|
|                                                                |                                                                                         | Денна форма навчання                                          |       |
| Кількість кредитів - 3                                         | Галузь знань – С<br>«Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини» | Статус дисципліни<br>вибіркова<br>Мова навчання<br>Українська |       |
| Змістових модулів - 2                                          | Спеціальність: С4<br>Психологія<br>Освітньо-професійна програма «Психологія»            | Рік підготовки                                                |       |
|                                                                |                                                                                         | 4-й                                                           |       |
|                                                                |                                                                                         | Семестр                                                       |       |
|                                                                |                                                                                         |                                                               | 7-й   |
| Загальна кількість кредитів/годин - 3/90                       |                                                                                         | Лекції (год.)                                                 |       |
|                                                                |                                                                                         | 20                                                            |       |
| Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних - 2 год.; | Ступень вищої освіти - Бакалавр                                                         | Практичні(год.)                                               |       |
|                                                                |                                                                                         | 16                                                            |       |
|                                                                |                                                                                         | Самостійна робота(год.)                                       |       |
|                                                                |                                                                                         | 54                                                            |       |
|                                                                |                                                                                         | Всього                                                        |       |
|                                                                |                                                                                         | 90                                                            |       |
|                                                                |                                                                                         | Вид контролю                                                  |       |
|                                                                |                                                                                         |                                                               | Залік |

### 2.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Медіаекономіка» є формування системного розуміння принципів економічного функціонування медіаіндустрії, її сучасного стану в Україні та світі, а також моделей розвитку медіапідприємств. Завдання курсу спрямовані на розвиток у студентів навичок аналізу медіаринку, розуміння специфіки ціноутворення та регулювання медіаекономіки.

### 2.2. Завдання вивчення дисципліни

Основними завданнями вивчення дисципліни «Медіаекономіка» є:

- Формування уявлення про ЗМІ як систему, що діє в умовах специфічної організації праці та нетрадиційного ціноутворення.
- Ознайомлення з основними складовими економіки медіа та особливостями медіаринку як специфічної системи обміну.
- Вивчення ключових моделей медіаекономіки та їх еволюції.
- Розвиток розуміння відмінностей державної економічної політики у сфері медіа різних країн світу.
- Опанування особливостей регулювання економіки медіа (концентрація, національна ідентичність, конкуренція).
- Формування навичок самостійного аналізу медіаринку, збору та інтерпретації даних для професійної діяльності.

### **2.3. Передумови для вивчення дисципліни.**

Для успішного засвоєння дисципліни «Медіаекономіка» студентам необхідно мати ґрунтовні знання з таких предметів:

Пререквізіти:

- Філософія — навчальна дисципліна, що досліджує фундаментальні питання буття, пізнання, цінностей і сенсу життя, формуючи критичне мислення та світоглядні орієнтири.
- Психологія управління — курс, що вивчає психологічні закономірності управлінської діяльності, стилі керівництва, мотивацію та комунікацію в організаціях.
- Правознавство — ознайомлює з основами права, правовими системами та механізмами захисту прав і свобод людини.
- Психологія реклами та PR — це навчальна дисципліна, що досліджує психологічні механізми впливу реклами та публічних комунікацій на свідомість, поведінку й мотивацію людей, а також формування іміджу та довіри до брендів і організацій.

Після завершення дисципліни студенти зможуть застосовувати отримані знання у таких предметах та професійних сферах:

Постреквізіти:

- Психологія сім'ї та подружжя — навчальна дисципліна, що досліджує закономірності розвитку сімейних і подружніх стосунків, їхній вплив на особистість та методи психологічної допомоги сім'ї.
- Переддипломна практика — завершальний етап професійної підготовки, спрямований на інтеграцію теоретичних знань і практичних навичок у реальних умовах діяльності психолога та підготовку до виконання кваліфікаційної роботи.

### **3. Зміст навчальної дисципліни**

Навчальна дисципліна «Медіаекономіка» складається з двох змістовних модулів:

#### **Змістовний модуль 1. Теоретичні основи медіаекономіки**

##### **1. Предмет і завдання медіаекономіки**

Предметом медіаекономіки є дослідження економічних процесів у сфері виробництва, розповсюдження та споживання інформаційних продуктів, а також закономірностей функціонування медіа як особливої соціально-економічної системи. Завдання дисципліни полягають у формуванні знань про структуру медіаринку, механізми фінансування та регулювання, аналізі бізнес-моделей медіапідприємств і вивченні впливу державної політики та глобальних тенденцій на розвиток галузі.

##### **2. Медіа як економічна система**

Медіа розглядаються як економічна система, що поєднує виробництво контенту, його розповсюдження та споживання, створюючи специфічні ринкові

відносини. Вони функціонують у взаємодії з рекламним ринком, державними інституціями та міжнародними процесами, формуючи власну економічну екосистему. Така система має подвійний характер: з одного боку, вона задовольняє суспільні потреби в інформації, а з іншого — підпорядковується законам ринку та комерційним інтересам.

### **3. Моделі функціонування медіаіндустрії**

Моделі функціонування медіаіндустрії відображають різні способи організації діяльності медіапідприємств. Серед них виділяють комерційні моделі, що базуються на рекламі та продажі контенту, державні моделі, орієнтовані на суспільні інтереси, та змішані, які поєднують елементи обох підходів. Кожна модель має свої переваги й обмеження, визначаючи рівень стійкості та конкурентоспроможності медіа у сучасному ринковому середовищі.

### **4. Особливості ціноутворення у сфері медіа**

Ціноутворення у сфері медіа має специфічний характер, оскільки інформаційний продукт поєднує суспільну значущість із комерційною цінністю. Вартість контенту залежить від його якості, унікальності, обсягу аудиторії та рекламного потенціалу. Водночас ціна формується під впливом технологічних змін, конкурентного середовища та державного регулювання, що створює баланс між інтересами виробників, споживачів та суспільства.

### **5. Роль державної політики в медіаекономіці**

Державна політика відіграє ключову роль у розвитку медіаекономіки, забезпечуючи правове регулювання, підтримку національних медіа та захист інформаційного простору. Вона спрямована на створення умов для прозорої конкуренції, запобігання монополізації та забезпечення доступу громадян до якісної інформації. Через законодавчі механізми, фінансові інструменти та міжнародні угоди держава впливає на стабільність і динаміку розвитку медіаіндустрії, формуючи її відповідність суспільним інтересам.

## **Змістовний модуль 2. Практичні аспекти та сучасні тенденції**

### **6. Структура та сегменти медіаринку**

Структура медіаринку охоплює друковані, аудіовізуальні та цифрові медіа, кожен із яких має власні економічні особливості та рівень розвитку. Друковані видання поступово втрачають позиції через цифровізацію, тоді як телебачення та радіо залишаються важливими каналами масової комунікації. Цифрові медіа, зокрема інтернет-портали та соціальні мережі, демонструють найбільшу динаміку зростання, формуючи нові сегменти ринку та змінюючи традиційні моделі споживання інформації.

### **7. Фінансування та бізнес-моделі медіапідприємств**

Фінансування медіа здійснюється за рахунок реклами, передплати, грантової підтримки, інвестицій та продажу контенту. Бізнес-моделі медіапідприємств варіюються від комерційних, орієнтованих на прибуток, до

суспільних, що фінансуються державою чи міжнародними організаціями. Сучасні тенденції включають комбіновані моделі, які поєднують рекламні доходи з платними сервісами та краудфандингом, що забезпечує більшу стійкість у конкурентному середовищі.

## 8. Конкуренція та концентрація у медіаіндустрії

Конкуренція у медіаіндустрії проявляється у боротьбі за аудиторію, рекламні ресурси та інноваційні формати контенту. Водночас спостерігається процес концентрації, коли великі холдинги поглинають менші компанії, формуючи потужні медіаструктури з високим рівнем впливу на інформаційний простір. Така тенденція створює ризики монополізації, але водночас дозволяє медіаіндустрії адаптуватися до глобальних викликів і технологічних змін.

## 9. Міжнародні тенденції розвитку медіаекономіки

Міжнародні тенденції розвитку медіаекономіки відображають процеси глобалізації, цифровізації та інтеграції медіа у світовий економічний простір. Зростає роль транснаціональних корпорацій, які формують глобальні стандарти виробництва та поширення контенту. Водночас цифрові технології сприяють появі нових бізнес-моделей, таких як стримінгові платформи та інтерактивні сервіси, що змінюють традиційні підходи до медіаспоживання.

## 10. Аналіз сучасного українського медіаринку

Сучасний український медіаринок характеризується поєднанням традиційних і цифрових сегментів, де останні демонструють найбільшу динаміку розвитку. Важливим чинником є вплив державної політики, яка регулює діяльність медіа та забезпечує інформаційну безпеку. Конкуренція між великими холдингами та незалежними медіа створює різноманітність контенту, але водночас актуальними залишаються проблеми фінансування та концентрації власності. Перспективи розвитку ринку визначаються інтеграцією у глобальний медіапростір та адаптацією до цифрових технологій.

## 4. Структура залікового кредиту з дисципліни

| Назви змістовних модулів і тем для вивчення                  | Кількість годин |      |       |     |
|--------------------------------------------------------------|-----------------|------|-------|-----|
|                                                              | денна форма     |      |       |     |
|                                                              | у тому числі    |      |       |     |
|                                                              | усього          | лекц | практ | с.р |
| <b>Змістовний модуль 1. Теоретичні основи медіаекономіки</b> |                 |      |       |     |
| 1. Предмет і завдання медіаекономіки                         | 10              | 2    | 2     | 6   |
| 2. Медіа як економічна система                               | 9               | 2    | 1     | 6   |
| 3. Моделі функціонування медіаіндустрії                      | 9               | 2    | 1     | 6   |
| 4. Особливості ціноутворення у сфері медіа                   | 10              | 2    | 2     | 6   |
| 5. Роль державної політики в медіаекономіці                  | 9               | 2    | 2     | 5   |

| <b>Змістовний модуль 2. Практичні аспекти та сучасні тенденції</b> |           |           |           |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 6. Структура та сегменти медіаринку                                | 9         | 2         | 2         | 5         |
| 7. Фінансування та бізнес-моделі медіапідприємств                  | 8         | 2         | 1         | 5         |
| 8. Конкуренція та концентрація у медіаіндустрії                    | 8         | 2         | 1         | 5         |
| 9. Міжнародні тенденції розвитку медіаекономіки                    | 9         | 2         | 2         | 5         |
| 10. Аналіз сучасного українського медіаринку                       | 9         | 2         | 2         | 5         |
| <b>Усього</b>                                                      | <b>90</b> | <b>20</b> | <b>16</b> | <b>54</b> |

## **5. Тематика практичних та занять з дисципліни**

### **Змістовний модуль 1. Теоретичні основи медіаекономіки**

#### **1. Вступ до медіаекономіки**

- Охарактеризуйте предмет і завдання медіаекономіки.
- Назвіть основні чинники, що визначають економіку медіа.
- Зазначте відмінності між медіаекономікою та загальною економікою.
- Опишіть роль медіаекономіки у професійній діяльності журналіста.

#### **2. Медіа як економічна система**

- Охарактеризуйте ЗМІ як економічну систему.
- Назвіть ключові елементи економічної структури медіа.
- Зазначте особливості організації праці в медіа.
- Опишіть специфіку обміну та ціноутворення у сфері медіа.

#### **3. Моделі функціонування медіаіндустрії**

- Охарактеризуйте основні моделі функціонування медіаіндустрії.
- Назвіть приклади застосування цих моделей у світі.
- Зазначте переваги та недоліки кожної моделі.
- Опишіть вплив моделей на розвиток медіапідприємств.

#### **4. Ціноутворення у сфері медіа**

- Охарактеризуйте особливості ціноутворення у медіа.
- Назвіть чинники, що впливають на формування ціни.
- Зазначте відмінності ціноутворення у друкованих та онлайн-медіа.
- Опишіть роль реклами у процесі ціноутворення.

#### **5. Державна політика в медіаекономіці**

- Охарактеризуйте роль держави у регулюванні медіаекономіки.
- Назвіть основні інструменти державної політики у сфері медіа.
- Зазначте приклади державного регулювання медіа в різних країнах.
- Опишіть вплив державної політики на розвиток медіаринку.

## **Змістовний модуль 2. Практичні аспекти та сучасні тенденції**

### **6. Структура та сегменти медіаринку**

- Охарактеризуйте основні сегменти медіаринку.
- Назвіть відмінності між друкованими, аудіо- та онлайн-медіа.
- Зазначте чинники, що визначають розвиток кожного сегмента.
- Опишіть взаємозв'язок між сегментами медіаринку.

### **7. Бізнес-моделі медіапідприємств**

- Охарактеризуйте основні бізнес-моделі медіапідприємств.
- Назвіть приклади застосування цих моделей в Україні та світі.
- Зазначте переваги та ризики різних бізнес-моделей.
- Опишіть роль інновацій у розвитку бізнес-моделей.

### **8. Конкуренція та концентрація у медіаіндустрії**

- Охарактеризуйте поняття конкуренції у медіаіндустрії.
- Назвіть приклади концентрації медіа у світі.
- Зазначте наслідки концентрації для медіаринку.
- Опишіть вплив конкуренції на якість медіапродукту.

### **9. Міжнародні тенденції розвитку медіаекономіки**

- Охарактеризуйте сучасні міжнародні тенденції у медіаекономіці.
- Назвіть приклади глобальних змін у медіаіндустрії.
- Зазначте вплив цифровізації на медіаекономіку.
- Опишіть роль міжнародних корпорацій у розвитку медіа.

### **10. Аналіз сучасного українського медіаринку**

- Охарактеризуйте сучасний стан українського медіаринку.
- Назвіть основні проблеми та виклики для медіа в Україні.
- Зазначте перспективи розвитку українських медіа.
- Опишіть роль держави та бізнесу у формуванні медіаринку.

## **6. Тематика самостійних занять з дисципліни**

| <b>№ з/п</b> | <b>Назва теми</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Кількість годин</b> |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1            | Основи медіаекономіки <ul style="list-style-type: none"><li>– Опрацювати визначення предмета та завдань медіаекономіки.</li><li>– Порівняти медіаекономіку з класичною економікою.</li><li>– Визначити роль медіаекономіки у професійній діяльності журналіста.</li><li>– Підготувати приклади економічних проблем у сучасних медіа.</li></ul> | 6                      |
| 2            | Медіа як економічна система <ul style="list-style-type: none"><li>– Вивчити структуру економічної системи ЗМІ.</li><li>– Охарактеризувати особливості організації праці в медіа.</li></ul>                                                                                                                                                     | 6                      |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Проаналізувати специфіку ціноутворення у сфері медіа.</li> <li>– Підготувати приклади взаємозв'язку між економікою та контентом.</li> </ul>                                                                                                                                                                                            |   |
| 3 | <p>Моделі функціонування медіаіндустрії</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ознайомитися з основними моделями функціонування медіаіндустрії.</li> <li>– Порівняти переваги та недоліки різних моделей.</li> <li>– Визначити приклади застосування моделей у світі.</li> <li>– Підготувати короткий огляд впливу моделей на розвиток медіапідприємств.</li> </ul>       | 6 |
| 4 | <p>Ціноутворення у сфері медіа</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вивчити чинники, що впливають на формування ціни у медіа.</li> <li>– Порівняти ціноутворення у друкованих та онлайн-медіа.</li> <li>– Проаналізувати роль реклами у процесі ціноутворення.</li> <li>– Підготувати приклади нестандартних моделей ціноутворення.</li> </ul>                          | 6 |
| 5 | <p>Державна політика в медіаекономіці</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ознайомитися з інструментами державного регулювання медіаекономіки.</li> <li>– Порівняти політику у сфері медіа різних країн.</li> <li>– Визначити вплив державної політики на розвиток медіаринку.</li> <li>– Підготувати приклади законодавчих актів, що регулюють медіа.</li> </ul>       | 5 |
| 6 | <p>Структура та сегменти медіаринку</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вивчити основні сегменти медіаринку.</li> <li>– Порівняти друковані, аудіо- та онлайн-медіа.</li> <li>– Визначити чинники розвитку кожного сегмента.</li> <li>– Підготувати приклади взаємозв'язку між сегментами.</li> </ul>                                                                  | 5 |
| 7 | <p>Бізнес-моделі медіапідприємств</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ознайомитися з основними бізнес-моделями медіапідприємств.</li> <li>– Порівняти приклади застосування моделей в Україні та світі.</li> <li>– Визначити переваги та ризики різних бізнес-моделей.</li> <li>– Підготувати приклади інноваційних бізнес-рішень у медіа.</li> </ul>                  | 5 |
| 8 | <p>Конкуренція та концентрація у медіаіндустрії</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вивчити поняття конкуренції у медіаіндустрії.</li> <li>– Ознайомитися з прикладами концентрації медіа у світі.</li> <li>– Визначити наслідки концентрації для медіаринку.</li> <li>– Підготувати приклади впливу конкуренції на якість контенту.</li> </ul>                        | 5 |
| 9 | <p>Міжнародні тенденції розвитку медіаекономіки</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ознайомитися з сучасними міжнародними тенденціями у медіаекономіці.</li> <li>– Вивчити приклади глобальних змін у медіаіндустрії.</li> <li>– Визначити вплив цифровізації на медіаекономіку.</li> <li>– Підготувати приклади діяльності міжнародних корпорацій у медіа.</li> </ul> | 5 |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |           |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 10            | Аналіз сучасного українського медіаринку <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вивчити сучасний стан українського медіаринку.</li> <li>– Визначити основні проблеми та виклики для медіа в Україні.</li> <li>– Ознайомитися з перспективами розвитку українських медіа.</li> <li>– Підготувати приклади взаємодії держави та бізнесу у формуванні ринку.</li> </ul> | 5         |
| <b>Всього</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>54</b> |

## 7. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Медіаекономіка» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студентів:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- реферати, презентації;
- залік.

## 8. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Медіаекономіка» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

| Модуль 1                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                      | Модуль 2                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 40%                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 10%                  | 40%                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 10%                  |
| Поточне оцінювання                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Модульний контроль 1 | Поточне оцінювання                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Модульний контроль 2 |
| 1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (5 занять, 5 тем – 5 оцінок).<br>2. Модульний контроль 1 проводиться на п'ятому практичному занятті. Оцінка за Модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання письмового завдання. |                      | 1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (5 занять, 5 тем – 5 оцінок).<br>2. Модульний контроль 2 проводиться на останньому практичному занятті. Оцінка за Модульний контроль 2 виставляється на підставі виконання письмового завдання. |                      |

Усі форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів зазначенні в положенні університету про оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни.

### Шкала оцінювання

| За шкалою університету | За національною шкалою | За шкалою ECTS |
|------------------------|------------------------|----------------|
| 90-100                 | відмінно               | A (відмінно)   |
| 85-89                  | добре                  | B (дуже добре) |
| 75-84                  |                        | C (добре)      |
| 65-74                  | задовільно             | D (задовільно) |
| 60-64                  |                        | E (достатньо)  |

|       |              |                                                     |
|-------|--------------|-----------------------------------------------------|
| 35-59 | незадовільно | FX (незадовільно з можливістю повторного складання) |
| 1-34  |              | F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)    |

## 9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

| № п/п | Найменування                                                                                         | Номер теми |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1     | Мультимедійний проектор                                                                              | 1-10       |
| 2     | Проекційний екран                                                                                    |            |
| 3     | Комунікаційне програмне забезпечення (Google Chrome, Firefox)                                        |            |
| 4     | Наявність доступу до мережі Інтернет                                                                 |            |
| 5     | Персональні комп'ютери, ноутбук.                                                                     |            |
| 6     | Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності) |            |
| 7     | Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)  |            |
| 8     | Програмне забезпечення: ОС Windows                                                                   |            |
| 9     | Інструменти Microsoft Office (Word; Excel; Power Point і т. і.)                                      |            |

## 10. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основні:

1. Дубов Д. В. *Медіаекономіка: теоретичні та практичні аспекти*. – Київ: НІСД, 2020.
2. Кулік Л. В. *Економіка засобів масової інформації*. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2018.
3. Гриценко О. А. *Медіаіндустрія та її економічні моделі*. – Київ: КНЕУ, 2019.
4. Сидоренко В. Д. *Медіаекономіка: навчальний посібник*. – Харків: ХНЕУ, 2021.
5. Квіт С. М. *Медіа та влада: економічні аспекти*. – Київ: Видавництво «Києво-Могилянська академія», 2017.
6. Мельник Т. М. *Економіка інформаційного суспільства*. – Київ: КНЕУ, 2016.
7. Бондаренко І. П. *Медіаекономіка: сучасні тенденції*. – Одеса: ОНУ ім. І. Мечникова, 2020.
8. Костенко Н. Г. *Медіа та комунікації: економічний вимір*. – Київ: Інститут журналістики КНУ, 2019.
9. Шевченко В. І. *Медіаекономіка: курс лекцій*. – Дніпро: ДНУ, 2018.
10. Литвиненко О. М. *Економіка масових комунікацій*. – Київ: КНЕУ, 2015.

### Додаткові:

1. Пахомов Ю. Н. *Глобалізація та медіаекономіка*. – Київ: Фенікс, 2017.
2. Кузьменко О. В. *Медіаекономіка і право*. – Харків: Право, 2019.
3. Гончаренко Л. М. *Медіаекономіка: світовий досвід*. – Київ: КНЕУ, 2020.

4. Костюк Г. І. *Медіаекономіка та маркетинг*. – Львів: ЛНУ, 2018.
5. Соколова І. В. *Медіаекономіка: практикум*. – Київ: КНЕУ, 2021.
6. Ткаченко В. П. *Медіаекономіка і суспільство*. – Одеса: ОНУ, 2019.
7. Гаврилюк О. С. *Медіаекономіка: аналітичні підходи*. – Київ: КНЕУ, 2017.
8. Кравченко М. О. *Медіаекономіка та інновації*. – Харків: ХНЕУ, 2020.
9. Петренко Л. В. *Медіаекономіка: сучасні виклики*. – Київ: КНЕУ, 2021.
10. Колесник І. М. *Медіаекономіка: глобальні тренди*. – Львів: ЛНУ, 2019.

### **Інформаційні ресурси:**

1. [Державна служба статистики України](#) – статистика економічних показників, у т.ч. медіаіндустрії.
2. [Міністерство економіки України](#) – офіційні дані та аналітика щодо економічної політики.
3. [Центр економічної стратегії](#) – незалежні аналітичні матеріали з економіки та медіа.
4. [Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського](#) – електронні ресурси та наукові публікації.
5. [OSCE Media Freedom Reports](#) – міжнародні огляди свободи медіа та економічних аспектів.
6. [Міністерство економіки України](#)
7. [Державна служба статистики України](#)
8. [Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення](#)
9. Верховна Рада України – Законодавство ([zakon.rada.gov.ua in Bing](#))
10. [Кабінет Міністрів України](#)