

ЗИГМУНД ФРОЙД УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНА

КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою університету

Протокол №10 від
«11» червня 2025 р.

«МЕДІАЕКОНОМІКА»

СИЛАБУС

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 навчання</u>	<u>Курс</u>	<u>Семестр</u>	<u>Лекції (год.)</u>	<u>Практичні (год.)</u>	<u>Самостійна робота студента (год.)</u>	<u>Разом (год.)</u>	<u>Залік (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>

1. Загальна інформацію про викладача (лектора, асистента).

Микола Максимов

Доктор психологічних наук, професор кафедри психології ЗФУУ

Контактна інформація: e-mail: mykola.maksymov@usfu.edu.ua

2. Назва, код дисципліни і кількість кредитів

На вивчення навчальної дисципліни «Медіаекономіка» відводиться **90** годин **3** кредити ЄКТС.

3. Час і місце проведення навчальної дисципліни

Вивчення здійснюється протягом 7 семестру на 4-ому курсі навчання.

4. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни

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

Пререквізити:

- 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:

Постреквізити:

- 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.

5. Характеристика навчальної дисципліни

Дисципліна «Медіаекономіка» спрямована на формування системного уявлення про економічні засади функціонування медіаіндустрії, її структуру,

бізнес-моделі та сучасні тенденції розвитку в Україні та світі. У межах курсу розглядаються теоретичні основи медіаекономіки, моделі фінансування та організації діяльності медіапідприємств, особливості ціноутворення та конкурентних процесів у медіасфері, а також вплив державної політики та глобальних тенденцій на розвиток галузі. Предметом вивчення є економічні процеси та закономірності розвитку медіаіндустрії, взаємодія медіа як соціально-економічної системи з ринковим середовищем. Навчання здійснюється через лекції, семінари, практичні заняття з аналізом кейсів, самостійну роботу з науковими джерелами та проєктні завдання. Очікуваним результатом є знання основних теорій і моделей медіаекономіки, уміння аналізувати структуру та динаміку медіаринку, навички оцінки бізнес-моделей медіапідприємств і розуміння впливу державної політики та міжнародних тенденцій на розвиток медіа. Курс інтегрується з менеджментом, маркетингом, правом та психологією комунікації, забезпечуючи міждисциплінарний підхід.

6. Призначення навчальної дисципліни.

Навчальна дисципліна «Медіаекономіка» полягає у формуванні у студентів цілісного уявлення про економічні засади функціонування медіаіндустрії, її структуру, бізнес-моделі та сучасні тенденції розвитку. Курс забезпечує розуміння медіа як специфічної соціально-економічної системи, що взаємодіє з ринковим середовищем, державними регуляторами та глобальними процесами. Він спрямований на розвиток аналітичних навичок, здатності оцінювати економічні процеси у сфері медіа, аналізувати структуру та динаміку медіаринку, визначати особливості ціноутворення, конкурентних відносин і фінансування медіапідприємств. Дисципліна також має практичне призначення — підготувати студентів до професійної діяльності у сфері медіа та комунікацій, де потрібне поєднання економічних знань, управлінських компетенцій та розуміння міжнародних тенденцій.

7. Мета вивчення 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.

8. 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.

8.1. У результаті вивчення навчальної дисципліни «Медіаекономіка» здобувач вищої освіти повинен

Знати:

- основні теоретичні концепції медіаекономіки;
- структуру та сегменти медіаринку;
- моделі фінансування та бізнес-моделі медіапідприємств;
- особливості ціноутворення у сфері медіа;
- закономірності конкуренції та концентрації у медіаіндустрії;
- роль державної політики та міжнародних тенденцій у розвитку медіаекономіки.

Уміти:

- аналізувати економічні процеси у медіаіндустрії;
- оцінювати ефективність бізнес-моделей медіапідприємств;
- визначати фактори ціноутворення та конкурентні переваги;
- застосовувати методи економічного аналізу до медіаринку;
- інтерпретувати вплив державної політики та глобальних тенденцій на розвиток медіа;
- розробляти практичні рекомендації для медіапідприємств з урахуванням економічних умов та ринкових викликів.

9. 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.

10. Структура залікового кредиту з дисципліни

Назви змістовних модулів і тем для вивчення	Кількість годин			
	денна форма			
	у тому числі			
	усього	лекц	практ	с.р
Змістовний модуль 1. Теоретичні основи медіаекономіки				
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
Змістовний модуль 2. Практичні аспекти та сучасні тенденції				

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
Усього	90	20	16	54

11. Тематика самостійних занять з дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основи медіаекономіки - Опрацювати визначення предмета та завдань медіаекономіки. - Порівняти медіаекономіку з класичною економікою. - Визначити роль медіаекономіки у професійній діяльності журналіста. - Підготувати приклади економічних проблем у сучасних медіа.	6
2	Медіа як економічна система - Вивчити структуру економічної системи ЗМІ. - Охарактеризувати особливості організації праці в медіа. - Проаналізувати специфіку ціноутворення у сфері медіа. - Підготувати приклади взаємозв'язку між економікою та контентом.	6
3	Моделі функціонування медіаіндустрії - Ознайомитися з основними моделями функціонування медіаіндустрії. - Порівняти переваги та недоліки різних моделей. - Визначити приклади застосування моделей у світі. - Підготувати короткий огляд впливу моделей на розвиток медіапідприємств.	6
4	Ціноутворення у сфері медіа - Вивчити чинники, що впливають на формування ціни у медіа. - Порівняти ціноутворення у друкованих та онлайн-медіа. - Проаналізувати роль реклами у процесі ціноутворення. - Підготувати приклади нестандартних моделей ціноутворення.	6
5	Державна політика в медіаекономіці - Ознайомитися з інструментами державного регулювання медіаекономіки. - Порівняти політику у сфері медіа різних країн. - Визначити вплив державної політики на розвиток медіаринку. - Підготувати приклади законодавчих актів, що регулюють медіа.	5
6	Структура та сегменти медіаринку	5

	– Вивчити основні сегменти медіаринку. – Порівняти друковані, аудіо- та онлайн-медіа. – Визначити чинники розвитку кожного сегмента. – Підготувати приклади взаємозв'язку між сегментами.	
7	Бізнес-моделі медіапідприємств – Ознайомитися з основними бізнес-моделями медіапідприємств. – Порівняти приклади застосування моделей в Україні та світі. – Визначити переваги та ризики різних бізнес-моделей. – Підготувати приклади інноваційних бізнес-рішень у медіа.	5
8	Конкуренція та концентрація у медіаіндустрії – Вивчити поняття конкуренції у медіаіндустрії. – Ознайомитися з прикладами концентрації медіа у світі. – Визначити наслідки концентрації для медіаринку. – Підготувати приклади впливу конкуренції на якість контенту.	5
9	Міжнародні тенденції розвитку медіаекономіки – Ознайомитися з сучасними міжнародними тенденціями у медіаекономіці. – Вивчити приклади глобальних змін у медіаіндустрії. – Визначити вплив цифровізації на медіаекономіку. – Підготувати приклади діяльності міжнародних корпорацій у медіа.	5
10	Аналіз сучасного українського медіаринку – Вивчити сучасний стан українського медіаринку. – Визначити основні проблеми та виклики для медіа в Україні. – Ознайомитися з перспективами розвитку українських медіа. – Підготувати приклади взаємодії держави та бізнесу у формуванні ринку.	5
Всього		54

12. 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](#)

13. Контроль і оцінка результатів навчання

13.1. Види контролю (поточний, підсумковий), проміжна атестація

Методи контролю: поточний, підсумковий.

При оцінюванні знань здобувача освіти приділяється перевага стандартизованим методам контролю: тестування (комп'ютерне), письмові роботи, контроль практичних навичок.

Поточний контроль здійснюється на кожному практичному занятті відповідно до конкретних цілей теми. Він містить: опитування, співбесіду,

відповіді на питання, комп'ютерне тестування, виступ з доповіддю, захист рефератів.

Підсумковий контроль здійснюється наприкінці вивчення дисципліни у вигляді *диференційованого заліку*.

13.2. Форми контролю

Оцінка за розділ визначається як сума оцінок поточної навчальної діяльності (у балах) та оцінки підсумкового контролю (у балах), яка виставляється при оцінюванні теоретичних знань та практичних навичок відповідно до переліків, визначених програмою дисципліни.

Максимальна кількість балів, що присвоюється здобувачу освіти при засвоєнні кожного розділу (залікового кредиту) – 100, в тому числі за поточну навчальну діяльність – 60 балів (60%), за результатами підсумкового контролю – 40 балів (40%).

Поточний контроль здійснюється на кожному практичному занятті відповідно до конкретних цілей з кожної теми та під час індивідуальної роботи викладача зі здобувачами освіти. При оцінюванні навчальної діяльності здобувача освіти необхідно надавати перевагу стандартизованим методам контролю: тестуванню, структурованим письмовим роботам, структурованому за процедурою контролю практичних навичок в умовах, що наближені до реальних.

ОЦІНКУ “**ВІДМІННО**” отримує здобувач освіти, який твердо знає програмовий матеріал, глибоко його засвоїв, вичерпно, послідовно, грамотно і логічно його викладає, у відповіді якого тісно пов'язується теорія з практикою. При цьому здобувач освіти не вагається з відповіддю при видозміні завдання, вільно справляється з задачами та питаннями другого та третього рівня оцінки знань, виявляє знайомство з монографічною літературою, вірно обґрунтовує прийняте рішення, різносторонніми навиками та прийомами виконання практичних робіт. Практичні навички виконує без помилок, вміє в професійній діяльності ефективно використовувати набуті знання.

ОЦІНКУ “**ДОБРЕ**” отримує здобувач освіти, який знає програмовий матеріал грамотно і змістовно його викладає, який не допускає значних неточностей у відповіді на запитання, правильно використовує теоретичні положення при вирішенні практичних запитань і задач, володіє необхідними навиками і технікою їх виконання.

ОЦІНКУ “**ЗАДОВІЛЬНО**” отримує здобувач освіти, який знає основний матеріал, але не засвоїв його деталей, допускає неточності, недостатньо правильні формулювання, порушує послідовність у викладанні програмового матеріалу і відчуває труднощі при виконанні практичних навичок або виконує їх з істотними помилками, з помилками вирішує ситуаційні задачі третього рівня контролю знань.

ОЦІНКУ “**НЕЗАДОВІЛЬНО**” отримує здобувач освіти, який не знає значної частини програмового матеріалу, допускає значні помилки у його викладанні, невпевнено, з великими труднощами виконує практичні навички.

Бали за поточну успішність прив'язуються до середньої арифметичної

оцінки за традиційною чотирибальною системою незалежно від кількості занять. Конвертація проводиться перед підсумковим контролем.

Підсумковий контроль здійснюється по завершенню вивчення всіх тем на останньому контрольному занятті. До підсумкового контролю допускають здобувачів освіти, які виконали всі види робіт, що передбачені навчальною програмою, та при вивченні розділу набрали кількість балів, не меншу за мінімальну. Конкретні форми підсумкового контролю визначаються у робочій навчальній програмі

Підсумковий контроль вважається зарахованим, якщо здобувач освіти набрав не менше 20 балів.

Оцінювання дисципліни:

Оцінка з дисципліни виставляється лише здобувачам освіти, яким зараховані усі розділи з дисципліни. Оцінка з дисципліни виставляється як середня з оцінок за розділи, на які структурована навчальна дисципліна. Оцінка з дисципліни F ("2") виставляється здобувачам освіти, яким не зараховано хоча б один розділ з дисципліни після завершення її вивчення. Оцінка Fx ("2") виставляється здобувачам освіти, які набрали мінімальну кількість балів за поточну навчальну діяльність, але не склали підсумковий контроль. Вони мають право на повторне складання підсумкового контролю не більше двох разів за графіком, затвердженим деканатом.

Здобувачі освіти які одержали оцінку F по завершенні вивчення дисципліни (не виконали навчальну програму хоча б з одного розділу або не набрали за поточну навчальну діяльність з розділу мінімальну кількість балів), мають **пройти повторне навчання з відповідного розділу**. Рішення приймається керівництвом ЗВО відповідно до нормативних документів, затвердженим в установленому порядку.

14. Політика навчальної дисципліни

Здобувач освіти зобов'язаний дотримуватися обов'язків, передбачених статтею 63 Закону України «Про вищу освіту», а також:

- своєчасно та в повному обсязі відвідувати заняття, передбачені навчальним планом та графіком навчального процесу;
- своєчасно та належним чином виконувати всі види завдань, передбаченими навчальними планами та програмами;
- у встановленому державними стандартами обсязі володіти теоретичними знаннями, практичними навичками, сучасними методами досліджень, проходити контрольні заходи, передбачені навчальними планами та програмами;
- своєчасно складати (перескладати) залік, виконувати контрольні роботи, відпрацьовувати заняття в терміни та за графіком, встановленими кафедрою психології;
- своєчасно інформувати викладача щодо неможливості з поважних причин відвідувати заняття;

- постійно прагнути до підвищення загальної культури, морального вдосконалення, проявляти належну повагу до керівних, науково-педагогічних, навчально-допоміжних працівників;
- дбайливо ставитись до майна, яке йому надано в користування, дотримуватись правил внутрішнього трудового розпорядку;
- виконувати вимоги з охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки, передбачені відповідними правилами та інструкціями.
- у повному обсязі відшкодувати збитки, нанесені невиконанням чи неналежним виконанням умов з охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки.

Здобувач освіти зобов'язаний дотримуватися положень етичного кодексу ЗФУУ.

Здобувач освіти має права, передбачені статтею 62 Закону України «Про вищу освіту».

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