

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
УКРАЇНИ

Кафедра філософії та міжнародної комунікації

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Декан гуманітарно-педагогічного факультету  
к. філософ. н., доцент  
І.М. Савицька  
\_\_\_\_\_ 2023 р.

«СХВАЛЕНО»  
на засіданні кафедри філософії та  
міжнародної комунікації  
Протокол №10 від 18.05.2023 р.

Завідувач кафедри к. філософ. н., доцент  
\_\_\_\_\_ В.П. Культенко

”РОЗГЛЯНУТО ”  
Гарант ОП «Журналістика»  
\_\_\_\_\_ М.І. Навальна

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МЕДІАБІЗНЕСУ**

спеціальність – 061 «Журналістика»  
освітня програма «Журналістика»  
Гуманітарно-педагогічний факультет

Розробники: к. ю. н., доц. кафедри філософії та  
міжнародної комунікації Харчук О.О.

Київ – 2023 р.

## Опис навчальної дисципліни

### Правове регулювання медіабізнесу

<b>Спеціальність, освітній ступінь, освітня програма</b>		
Освітній ступінь	магістр	
Спеціальність	061 журналістика	
Освітня програма	журналістика	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання</b>		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	1	-
Семестр	2	-
Лекційні заняття	15 год.	-
Практичні, семінарські заняття	15 год.	-
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	90 год.	-
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання:		-
аудиторних	2 год.	
самостійної роботи студента	6 год.	

## 1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

**Мета** вивчення дисципліни полягає в опануванні здобувачами вищої освіти теоретичних знань і формування у них практичних умінь та навичок щодо самостійного розв'язання практичних проблем, пов'язаних із інформаційним правом, правовим регулюванням засобів масової інформації, реклами, діяльності журналістів та ін., а також щодо правильного застосування норм законодавства у цій сфері. Особлива увага приділяється ознайомленню студентів з юридичними аспектами медіабізнесу, питаннями захисту і охорони авторських прав.

**Завдання** вивчення дисципліни «Правове регулювання медіабізнесу» полягає в: ознайомленні студентів із особливостями правового регулювання інформаційних правовідносин у сучасних умовах сформувані у студентів уміння на практиці застосовувати здобуті знання з медіа-права; набутті навичок самостійної роботи, що уможливить безперервно поглиблювати, поповнювати й оновлювати знання в галузі медійного законодавства; сприянні формуванню правничого світогляду, правосвідомості, правової культури та правничого мислення.

У **результаті** вивчення дисципліни студенти повинні **знати**:

- основні поняття права медіа бізнесу;
- правовий механізм регулювання інформаційних відносин;
- особливості здійснення медіа менеджменту;
- джерела правового регулювання суспільних відносин у галузі медіа-права;
- сутність поняття «право на інформацію»;
- правові засади діяльності засобів масової інформації;
- правовий статус журналістів;
- правові засади реклами.

**вміти**:

- критично оцінювати сучасні юридичні проблеми та поглиблено досліджувати їх за обраними напрямками;
- реалізовувати власний підхід та новизну у вирішенні проблем та знання пов'язаних із роботою журналіста;
- застосовувати законодавство, що регулює суспільні відносини у галузі медіа-права;
- робити висновки про правомірність функціонування засобів масової інформації, провадження діяльності у сфері реклами, а також видавничої справи;
- аналізувати практичні ситуації та судову практику.

Набуття компетентностей:

- *інтегральна компетентність*:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

**- загальні компетентності (ЗК):**

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

**- фахові (спеціальні) компетентності (ФК):**

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.

СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.

**- програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень.

ПРН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.

ПРН09. Проводити порівняльний аналіз законодавчої бази та діяльності окремих медіаінституцій України та країн Європейського Союзу.

ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

ПРН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів

ПРН13. Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

## **2. Програма та структура навчальної дисципліни**

**– повного терміну денної (заочної) форми навчання.**

### **Тема 1. Поняття медіабізнесу**

1. Поняття медіабізнесу.
2. Медіа як бізнес в Україні
3. Український медіа ринок сьогодні

## **Тема 2. Теорії менеджменту та їх застосування у ЗМІ**

1. Поняття менеджменту як процесу
2. Сучасні підходи до менеджменту
3. Внесок сучасної школи менеджменту
4. Менеджмент у двадцять першому столітті.

## **Тема 3. Менеджмент електронних ЗМІ: роль зв'язків із громадськістю**

1. Зв'язки з громадськістю та їх роль в електронних ЗМІ.
2. Спільноти, що важливі для електронних ЗМІ.
3. Як менеджери здійснюють зв'язки з громадськістю.
4. Зв'язки з громадськістю як засіб побудови ідентичності у спільноті.
5. Суперечливі питання, які потребують використання зв'язків із громадськістю.

## **Тема 4. Бізнес-моделі медіа (на прикладі українських онлайн-видань)**

1. Бізнес-моделі медіа у світі
2. Бізнес-моделі медіа в Україні

## **Тема 5. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту**

1. Еволюція брендингу.
2. Роль брендингу в сучасному житті суспільства.
3. Співвідношення термінів бренд, торгова марка та торговий знак
4. Бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємства
5. Вигоди бренду для виробника та споживача.
6. Місце і роль брендингу в інноваційній діяльності.

## **Тема 6. Медіаринок: типи ринків, злиття, поглинання та партнерство**

1. Товарні та географічні чинники, які формують ринки електронних ЗМІ.
2. Чотири типи ринкових структур та їх характеристики.
3. Як економічні, технологічні, нормативно-правові, глобальні та соціальні фактори змінюють електронні ЗМІ.
4. Що таке стратегічний альянс та його види.
5. Злиття та поглинання як характерні риси індустрії комунікацій.
6. Як стратегічні об'єднання та партнерство впливають на процес управління.

## **Тема 7. Комунікативний менеджмент**

1. Специфіка та основні функції комунікативного менеджменту
2. Концепції пропаганди
3. Теорії «паблік рілейшнз» по Айві Лі, Е. Бернайсу, С. Блеку, Дж. Грюнігу

4. Ситуаційна модель керування комунікаціями
5. Створення персонального бренду
6. Брендинг у системі організаційних комунікацій

### Тема 8. Медіамаркетинг

1. Особливості медіа маркетингу
2. Аналіз середовища функціонування медіа організацій
3. Аналіз медіа ринку
4. Сегментація і позиціонування на медіа ринку
5. Методи розробки продуктової, цінової і збутової стратегії в медіамаркетингу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усьо го	у тому числі					усьо го	у тому числі				
		л	п	л а б	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Загальна частина права міжнародної торгівлі												
Тема 1. Поняття медіабізнесу	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Теорії менеджменту та їх застосування у ЗМІ	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Менеджмент електронних ЗМІ: роль зв'язків із громадськістю	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Бізнес-моделі медіа (на прикладі українських онлайн-видань)	15	2	2	-	-	12	-	-	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 1	60	8	8			45	-	-	-	-	-	-
Змістовий модуль 2. Особлива частина права міжнародної торгівлі												
Тема 5. Суть, поняття та	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-

розвиток бренд-менеджменту												
Тема 6. Медіаринок: типи ринків, злиття, поглинання та партнерство	15	2	2	-	-	12	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Комунікативний менеджмент	15	2	1	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 8. Медіамаркетинг	15	1	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 2	60	7	7	-	-	45	-	-	-	-	-	-
Усього годин	120	15	15			90	-	-	-	-	-	-

### 3. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття медіабізнесу	2
2.	Тема 2. Теорії менеджменту та їх застосування у ЗМІ	2
3.	Тема 3. Менеджмент електронних ЗМІ: роль зв'язків із громадськістю	2
4.	Тема 4. Бізнес-моделі медіа (на прикладі українських онлайн-видань)	2
5.	Тема 5. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту	2
6.	Тема 6. Медіаринок: типи ринків, злиття, поглинання та партнерство	2
7.	Тема 7. Комунікативний менеджмент	2
8.	Тема 8. Медіамаркетинг	1

### 5. ТЕМИ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття медіабізнесу	11
2.	Тема 2. Теорії менеджменту та їх застосування у ЗМІ	11
3.	Тема 3. Менеджмент електронних ЗМІ: роль зв'язків із громадськістю	11
4.	Тема 4. Бізнес-моделі медіа (на прикладі українських онлайн-видань)	12
5.	Тема 5. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту	11

6.	Тема 6. Медіаринок: типи ринків, злиття, поглинання та партнерство	12
7.	Тема 7. Комунікативний менеджмент	11
8.	Тема 8. Медіамаркетинг	11

## **6. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами**

1. Медіа і комунікації.
2. Поняття медіа ринку.
3. Географічний ринок медіа.
4. Ресурсний ринок медіа.
5. Правова складова в діяльності медіа.
6. Бізнес-модель медіабізнесу.
7. Медіа як бізнес в Україні
8. Український медіа ринок сьогодні.
9. Основні підходи (парадигми) в медіа менеджменті
10. Поняття менеджменту як процесу
11. Зміст, підходи та моделі медіаменеджменту
12. Особливості реалізації менеджменту в медіа індустрії.
13. Принципи медіаменеджменту
14. Законодавчі передумови формування системи управління підприємствами різних організаційних правових форм
15. Функції управління у медіабізнесі
16. Основні компетентності менеджера медіапідприємства
17. Основи мережевих технологій
18. Культура електронного видання
19. Редагування інтернет-текстів
20. Системи управління контентом
21. Графічна інтерпретація інформації
22. Інтернет-реклама
23. Правові засади функціонування інтернет-ЗМІ
24. Управління активністю аудиторії
25. Аналіз інформаційних потоків
26. Медіаіндустрія в системі ринкових відносин
27. Поняття і види бізнес-моделей.
28. Компоненти бізнес-моделей.
29. Комерційні та некомерційні види діяльності в медіа.
30. Медіаіндустрія як індустрія вільного часу
31. Індустрія культури
32. Медіаіндустрія як індустрія розваг



33. Сутність і зміст поняття «бренд».
34. Класифікація брендів: види брендів.
35. Переваги брендів.
36. Торгівля брендами.
37. Співвідношення термінів бренд, торгова марка та торговий знак
38. Бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємства
39. Вигоди бренду для виробника та споживача.
40. Місце і роль брендингу в інноваційній діяльності.
41. Медіабренди.
42. Поняття про медіаринок, як здвоєний ринок товарів і послуг
43. Ресурсний ринок медіа
44. Товарні та географічні чинники, які засіб формування ринків ЗМІ
45. Економічні, технологічні, нормативно-правові, глобальні та соціальні фактори та їх вплив на ЗМІ
46. Стратегічний альянс та його види;
47. Злиття та поглинання як характерні риси індустрії комунікацій:
48. Стратегічні об'єднання та партнерство та їх вплив на процес управління.
49. Комунікативний менеджмент
50. Теоретичні та методологічні засади менеджменту комунікацій
51. Типологічні моделі комунікативного менеджменту
52. Засоби та бар'єри комунікацій у менеджменті
53. Комунікативний менеджмент як бізнес-процес
54. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища
55. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду
56. Сфери прикладного застосування комунікативного менеджменту
57. Система внутрішніх і зовнішніх комунікацій організації
58. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем
59. Управління зовнішніми системами комунікацій
60. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях
61. Особливості медіамаркетингу
62. Аналіз середовища функціонування медіаорганізацій
63. Аналіз медіаринку
64. Сегментація і позиціонування на медіаринку
65. Методи розробки продуктової, цінової і збутової стратегії в медіамаркетингу

## **7. Методи навчання**

Словесні: лекційний метод, розповідь, пояснення, бесіда, дискусія;  
практичні: метод вправ, практична робота; наочні: ілюстрування,  
демонстрування, самостійне спостереження.

## 9. Форми контролю

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю студентів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль.

Форма контролю: залік.

**10. Розподіл балів, які отримують студенти** Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» від 26 квітня 2023р. (протокол №10).

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$ .

## 11. Навчально-методичне забезпечення

1. Робоча програма.
2. Підручники та навчальні посібники.
3. Семестрові завдання для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни.
4. Матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до практичних занять; завдання для модульних контрольних робіт для перевірки рівня засвоєння студентами навчального матеріалу).
5. Перелік питань до екзамену.
6. Електронний навчальний курс.

## 12. Рекомендована література

### I. Основна

1. Бойчук І. М. Основи медіабізнесу [Електронний ресурс] : підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / З. В. Григорова, О. А. Сухорукова, А. В. Кваско, Л. П. Шендерівська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 323 с.
2. 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.
3. 9. Людвик І. В. Засоби масової інформації як інститут громадянського суспільства: конституційно-правові аспекти // Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка. - 2016. - Вип. 4. - С. 25-30.
4. 10. Павликівський В. І. Кримінально-правове забезпечення свободи слова та професійної діяльності журналістів в Україні : монографія / В. І. Павликівський. – Х. : Панов, 2016. - 488 с.
5. 11. Поклонська О. І. Права та обов'язки журналіста як основа ефективного функціонування засобів масової інформації // Форум права. - 2017. - № 3. - С. 166–171.
6. 12. Харенко О. В. Інформаційно-правовий статус друкованих засобів масової інформації // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція. - 2015. - Вип. 16(1). - С. 82-86.
7. 13. Харенко О. В. Правове регулювання відмови у державній реєстрації друкованого засобу масової інформації // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Право. - 2015. - Вип. 35(1.3). - С. 41-46.

## II. Допоміжна

1. Інформаційний простір України: Словник-довідник законодавчих термінів: довідково-навчальне видання / Автор-укладач Я.О.Чепуренко / Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – К.: “Освіта України”, 2008. – 544 с.
2. Інформація та реклама в Україні: зб. законодав. і нормат. актів: (офіц. текст)/ упоряд. Ю.В. Паливода. – К.: ПАЛИВОДА А.В., 2010. – 440 с.
3. Каткова Т. Г. Інформаційне право. Практикум: навч. посіб. / Т. Г. Каткова. – Харків: Право, 2019. – 108 с.
4. Кузнецова О.Д. Правові норми журналістики України: Посібник / О.Д. Кузнецова. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім.І.Франка, 2006. – 352 с.
5. Основи інформаційного права України: навч. посіб./ В.С. Цимбалюк, В.Д. Гавловський, В.М. Брижко; за ред. М.Я. Швеця, Р.А. Калужного та П.В. Мельника. 2-ге вид., переробл. і допов. – К.: Знання, 2009. – 414 с.
6. Марущак А. Доступ до інформації: права журналістів / А. Марущак . – [Електронний ресурс]: [http://www.uapp.org/uk/legal\\_library/11/21.html](http://www.uapp.org/uk/legal_library/11/21.html).
7. Приступенко Т.О. Теорія журналістики: Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Т.О. Приступенко. — К., 2011. — 351 с.
8. Марущак А.І. Інформаційне право: доступ до інформації: Навчальний посібник / А.І. Марущак. – К.: КНТ, 2007. – 532 с.
9. Приступенко Т.О. Теорія журналістики: Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Т.О. Приступенко. — К., 2011. — 351 с.
10. Цимбалюк В.С. Інформаційне право (основи теорії і практики). Монографія / В.С. Цимбалюк. – К.: “Освіта України”, 2010. – 388 с.

## 13. Інформаційні ресурси

1. Сайт Організації Об’єднаних націй <https://www.un.org>
2. Сайт Європейського суду з прав людини - <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=applicants/ukr&c>
3. Сайт справ Європейського суду з прав людини - <https://hudoc.echr.coe.int/rus>
4. Сайт Міністерства інформаційної політики України <https://mip.gov.ua/>
5. Сайт Центру демократії та верховенства права <https://cedem.org.ua/>
6. Сайт Харківської правозахисної групи <http://khp.org/>
7. Сайт Незалежної медійної ради: [www.mediarada.org](http://www.mediarada.org)