

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
УКРАЇНИ

Кафедра філософії та міжнародної комунікації

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан гуманітарно-педагогічного факультету  
к. філософ. н., доцент  
Г.М. Савицька  
«4 травня 2022 р.

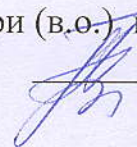


«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри філософії та  
міжнародної комунікації

Протокол № 9 від 4 травня 2022 р.

Завідувач кафедри (в.о.) к. філософ. н., доцент  
В.П. Культенко



”РОЗГЛЯНУТО ”

Гарант ОП «Журналістика»

Гарант ОП

(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 – 2022р.

## 1. 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.	

## 2. 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 соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

**- загальні компетентності (ЗК):**

**ЗК01.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК05.** Вміти виявляти та вирішувати проблеми, діяти соціально відповідально та свідомо.

**ЗК06.** Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел.

**ЗК08.** Здатність діяти відповідально з дотриманням правових, етичних засад професійної діяльності та з дотриманням безпекових засад для здоров'я та життя спільноти.

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

**ФК01.** Уміння організовувати і проводити журналістську діяльність, розуміти принципи роботи масмедійних установ.

**ФК02.** Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей.

**ФК03.** Володіння навичками формування інформаційного контенту за різними напрямками журналістської діяльності та інших сферах.

**ФК08.** Здатність аналізу і прогнозування розвитку медіа культури як цілісного феномену, що передбачає опанування правових, етичних навичок у медіа, а також навичок критики медіа та медіаграмотності.

**ФК09.** Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, у тому числі в умовах недостатньої інформації та суперечливих вимог, здійснювати критичний аналіз медіа.

**ФК12.** Здатність до широкого висвітлення екологічних питань як глобального, так і регіонального значення, предметною галуззю якого є збір, аналіз і розповсюдження інформації, що стосується поточних подій, тенденцій і проблем пов'язаних з навколишнім середовищем, з яким постійно взаємодіє людина.

**ФК13.** Здатність до реалізації прав і свобод громадян та способів їх захисту у сфері медіаправа; розуміння основних законів, що стосуються роботи журналіста; здатність до розуміння базових понять правового захисту журналістів при підготовці матеріалів; видів правопорушень у сфері медіаправа і заходи юридичної відповідальності за їх вчинення.

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

**ПРН06.** Уміти розв'язувати складні завдання та проблеми, що виникають у професійній та дослідницькій діяльності, уміти відповідати за прийняття рішень.

**ПРН07.** Уміти фахово шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел, застосовуючи новітні методи та засоби пошуку на інформаційному ринку, уміти оперативно оцінити важливість подій, збирати достовірну

інформацію, свідчення експертів та фахівців, допомагати аудиторії зрозуміти дійсний стан речей.

**ПРН09.** Уміти аналізувати і прогнозувати розвиток медіакультури як цілісного феномену, уміти в професійній діяльності дотримуватися етичних, правових норм, дбати про своє здоров'я та життя, а також про безпеку колег, партнерів тощо.

**ПРН10.** Знати тактики та стратегії спілкування, закони та способи комунікативної поведінки, міжособистісної взаємодії, уміти виявляти та застосовувати комунікативні навички, спілкуватися із представниками професійної спільноти та представниками інших професій, уміти приймати обґрунтовані рішення для забезпечення командної роботи.

**ПРН11.** Володіти всіма журналістським технологіями та професійним обладнанням на належному фаховому рівні, уміти створювати медіа продукт від початку до завершення виробничого процесу на різних медійних платформах.

**ПРН14.** Уміння висвітлювати проблеми та закономірності взаємодії сучасного суспільства з навколишнього середовища, розуміння наукової і практичної специфіки екологічних явищ, нормативних рішень у сфері екологічної політики та діяльності екологічних організацій.

**ПРН15.** Уміти визначити суть правової проблеми у сфері інформаційних правовідносин; правильно застосовувати законодавство, що регулює суспільні відносини у галузі медіа права; уміти аргументовано висловити власну правову позицію з використанням посилань на нормативно-правові акти.

### **3. Програма та структура навчальної дисципліни – повного терміну денної (заочної) форми навчання.**

#### **Тема 1. Основні поняття медіабізнесу**

Медіа і комунікації. Поняття медіа ринку. Географічний ринок медіа. Ресурсний ринок медіа. Правова складова в діяльності медіа.

#### **Тема 2. Бренд менеджмент**

Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів: види брендів. Переваги брендів. Торгівля брендами. Медіабренди.

#### **Тема 3. Бізнес моделювання у медіа**

Поняття і види бізнес-моделей. Компоненти бізнес-моделей. Комерційні та некомерційні види діяльності в медіа.

#### **Тема 4. Основи медіа менеджменту**

Аналіз середовища функціонування медіаорганізацій. Аналіз медіаринку. Продуктова, цінова і збутова стратегії в медіа маркетингу.

#### **Тема 5. Форми організації медіабізнесу в Україні**

Нормативно-правові підстави діяльності медіа. Медійні підприємства в Україні та їх організаційно-правові форми. Ліцензування медіа. Проблеми власності в медіабізнесі.

#### **Тема 6. Юридичні аспекти захисту прав журналістів**

Конституційно-правові норми журналістської діяльності. Міжнародні норми журналістської діяльності. Права журналіста при виконанні службових обов'язків. Обов'язки журналіста. Гарантії діяльності засобів масової інформації та журналістів.

**Тема 7. Право інтелектуальної власності. Захист авторського права та суміжних прав.** Інтелектуальна діяльність як складова творчого процесу та соціально-економічного розвитку суспільства. Суб'єкти права інтелектуальної власності та їх класифікація. Зміст права інтелектуальної власності. Поняття і об'єкти авторського права. Правова охорона суміжних прав.

#### **Тема 8. Реклама в інформаційних відносинах**

Правове регулювання рекламної діяльності в Україні. Принципи реклами. Загальні вимоги до реклами. Реклама на телебаченні, радіо, у друкованих засобах масової інформації. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб	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 торгвлі												
Тема 1 Основні поняття медіабізнесу	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Бренд менеджмент	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Бізнес моделювання у медіа	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-

Тема 4. Основи медіа менеджменту	15	2	2	-	-	12	-	-	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 1	60	8	8			45	-	-	-	-	-	-
<b>Змістовий модуль 2. Особлива частина права міжнародної торгівлі</b>												
Тема 1. Форми організації медіабізнесу в Україні	15	2	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Юридичні аспекти захисту прав журналістів	15	2	2	-	-	12	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Право інтелектуальної власності. Захист авторського права та суміжних прав	15	2	1	-		11	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Реклама в інформаційних відносинах	15	1	2	-	-	11	-	-	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 2	60	7	7	-	-	45	-	-	-	-	-	-
Усього годин	120	15	15			90	-	-	-	-	-	-

#### **4. Теми семінарських занять**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Основні поняття медіабізнесу	2
2.	Бренд менеджмент	2
3.	Бізнес моделювання у медіа	2
4.	Основи медіа менеджменту	2
5.	Форми організації медіабізнесу в Україні	2
6.	Юридичні аспекти захисту прав журналістів	2
7.	Право інтелектуальної власності. Захист авторського права та суміжних	2

	прав	
8.	Реклама в інформаційних відносинах	1

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

1. Охарактеризуйте ринок реклами та його вплив на медіаіндустрію.
2. Розкрийте суть поняття «конвергенція» стосовно медіаіндустрії
3. З чим пов'язана персоналізація та індивідуалізація медіапродуктів.
4. Якими є особливості споживання медіатоварів аудиторією.
5. Поясніть значення географічного ринку для медіаіндустрії.
6. Охарактеризуйте ринок праці медіапідприємств.
7. Розкрийте поняття ринку доступу і організацій, які на ньому представлені.
8. Опишіть ринки техніки, технологій та матеріалів і їх вплив на розвиток медіаіндустрії.
9. Охарактеризуйте інформаційний ринок, як ресурсний ринок.
10. Поясніть значення рекламного ринку та ринку медіадосліджень.
11. Перерахуйте найбільш важливі особливості медіабізнесу, які слід враховувати в процесі управління.
12. Обґрунтуйте значення диверсифікації як чинника ефективності бізнес-моделі.
13. Поясніть значення комплексності сервісів і послуг у медіаіндустрії.
14. Розкрийте сутність диференціації пропозиції у контексті цифрової економіки.
15. Охарактеризуйте бізнес-модель компанії Google.
16. Опишіть бізнес-моделі, поширені у медіаіндустрії : платформа, цільова, омні-бренд, членство, пропозиції, глобалізатор.
17. Назвіть компоненти бізнес-моделей.
18. Назвіть елементи для створення ціннісної пропозиції.
19. Дайте порівняльну характеристику власних і непрямих (партнерських) каналів дистрибуції.
20. Наведіть приклади некомерційних бізнес-моделей.
21. Розкрийте особливості гібридних бізнес-моделей.
22. Обґрунтуйте напрями державної підтримки у медіабізнесі.
23. Поясніть роль варіативності бізнес-моделей у медіабізнесі.
24. Розкрийте особливості медіамаркетингу та медіапродукту.
25. Охарактеризуйте складові макромаркетингового середовища медіаорганізації.
26. Наведіть характеристику складових мікромаркетингового середовища медіаорганізації.
27. Розкрийте складові відносяться внутрішнього маркетингового середовища медіа організації.



28. Розкрийте напрями аналізу ринку у медіамаркетингу і яку інформацію вони дозволяють отримати.
29. Опишіть, за якими рівнями здійснюється дослідження товару.
30. Охарактеризуйте методи, які використовуються при дослідженні цін на ринку.
31. Охарактеризуйте основні підходи / парадигми до медіаменеджменту.
32. Дайте визначення медіаменеджменту з точки зору системного підходу.
33. Поясніть чому держава є суб'єктом медіа менеджменту.
34. Розкрийте моделі медіаменеджменту з точки зору медіаполітики держави.
35. Поясніть основні принципи медіа менеджменту.
36. Охарактеризуйте принципи журналістської етики та наведіть приклади її порушення.
37. Розкрийте специфіку реалізації функцій менеджменту у медіаіндустрії.
38. Назвіть особливості управління медіапідприємствами в сучасних умовах.
39. Охарактеризуйте законодавчі передумови формування системи управління підприємствами різних організаційних правових форм.
40. Поняття та еволюція розвитку авторського права.
41. Об'єкти та суб'єкти авторського права.
42. Виникнення авторського права та реєстрація.
43. Особисті немайнові і майнові права авторів.
44. Вільне використання творів.
45. Дотримання авторських прав в Інтернеті.
46. Суміжні права, їх особливості та різновиди.
47. Відповідальність за порушення авторських та суміжних прав.
48. Поняття та правові основи діяльності друкованих ЗМІ.
49. Умови та порядок державної реєстрації друкованих ЗМІ.
50. Правовий захист журналістів. Законодавчо визначені права та обов'язки журналіста.

## **6. 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» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

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. Методичне забезпечення

1. Робоча програма.
2. Опорні конспекти лекцій.
3. Електронний навчальний курс «Правове регулювання медіабізнесу».

## 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. Калюжного 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/ru/>
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)