КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут журналістики і масової комунікації
Кафедра журналістики та української філології

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

ПП 3. «Медіаменеджмент»

2026 - 2027 навчальний рік

Викладач	Карнаух Антон Сергійович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Контактний телефон	+380-97-375-55-55
Ідентифікатор та код доступу (Zoom / Google Meet)	564-241-8714, код доступу vz6hb2
E-mail:	horticaagro7@gmail.com
Сторінка курсу на сайті підтримки навчальних програм КПУ	http://www.zhu.edu.ua/cpu_edu/course/view.php?id=5028
Консультації	Консультації проводяться в дистанційному режимі за попереднім погодженням із викладачем через месенджери або електронну пошту

ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Другий (Магістерський)	
Галузь знань	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини	
Спеціальність	С7 Журналістика	
Освітня програма	Медіакомунікації	
Форма навчання	Очна (денна)	
Мова викладання	Українська	
Курс (рік навчання), семестр	Курс 1, семестр 1	
Цикл підготовки	**Цикл професійної підготовки**	
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Обсяг дисципліни	Кількість кредитів ECTS	4
	Загальна кількість годин	120
	Аудиторних годин	42
	Лекції	18
	Практичні	24
	Самостійна робота	78
Форма контролю	Екзамен	
Попередні компоненти (Пререквізити)	-	
Паралельні та подальші компоненти (Постреквізити)	ПП 2 Медіаправо ЗП 2 Теорія і методика журналітської творчості ПП 4 Спікер (речник) в медіагалузі ПП 6 Курсова робота зі спеціальності ЗП 4 Журналістська етика П 1 Переддипломна виробнича практика А1 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	

МЕТА, ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Медіаменеджмент» є формування у здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти системного розуміння теоретичних і практичних засад управління медіаорганізаціями та редакціями, особливостей планування, організації, координації та контролю медіавиробництва, управління персоналом, ресурсами та медіапродуктами, а також розвиток здатності розробляти й реалізовувати управлінські рішення та стратегії розвитку медіа з урахуванням сучасних технологічних, економічних, соціальних і професійних викликів медіасфери.

Завдання навчальної дисципліни:

- формування системного розуміння сутності, принципів, функцій і сучасних моделей медіаменеджменту;
- вивчення особливостей управління медіаорганізаціями, редакціями та окремими медіапроєктами;
- формування навичок стратегічного й оперативного планування діяльності медіа;
- вивчення принципів організації редакційного процесу та управління виробництвом медіаконтенту;
- формування здатності визначати цілі, завдання, пріоритети та показники діяльності медіа;
- розвиток навичок управління персоналом, редакційними командами та професійною взаємодією;
- формування розуміння принципів мотивації, розподілу відповідальності та оцінювання результативності працівників медіа;
- вивчення основ управління фінансовими, інформаційними, матеріальними, технологічними та людськими ресурсами медіа;
- формування здатності аналізувати медіаринок, конкурентне середовище, аудиторію та позиціонування медіа;
- вивчення сучасних моделей фінансування та монетизації медіапродуктів;
- формування навичок управління медіапродуктом, його життєвим циклом, якістю та конкурентоспроможністю;
- розвиток здатності застосовувати цифрові технології, аналітичні інструменти та дані для управління медіа;
- формування навичок управління змінами, кризовими ситуаціями та ризиками у діяльності медіа;
- розвиток здатності розробляти управлінські рішення та стратегії розвитку медіа з урахуванням професійних, етичних, правових та суспільних вимог.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- сутність, предмет, принципи та основні функції медіаменеджменту;
- сучасні моделі та організаційні структури управління медіа;
- принципи стратегічного, тактичного та оперативного планування діяльності медіа;
- особливості організації редакційного процесу та управління медіавиробництвом;
- принципи формування, організації та управління редакційними командами;
- основи управління персоналом, мотивації, делегування повноважень та оцінювання результативності;
- принципи управління фінансовими, інформаційними, матеріальними, технологічними та людськими ресурсами;

- основні характеристики медіаринку, конкурентного середовища та цільової аудиторії;
- принципи позиціонування медіа, формування медіабренду та управління репутацією;
- сучасні моделі фінансування, монетизації та бізнес-моделі медіа;
- принципи створення, управління та розвитку медіапродукту;
- можливості цифрових технологій, медіааналітики та даних для прийняття управлінських рішень;
- принципи управління змінами, кризовими ситуаціями та ризиками в медіаорганізаціях;
- професійні, етичні та правові засади управління сучасним медіа та діяльності суб'єктів у сфері медіа. Закон України «Про медіа», зокрема, визначає поняття суб'єкта у сфері медіа, структури власності та контролю, що є важливими для розуміння сучасного медійного середовища.

Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти:

- аналізувати діяльність медіаорганізації та визначати основні управлінські проблеми;
- визначати стратегічні та оперативні цілі медіа і розробляти відповідні управлінські рішення;
- планувати та організовувати редакційний процес і виробництво медіаконтенту;
- формувати завдання, розподіляти функції та координувати роботу редакційної команди;
- застосовувати принципи мотивації, делегування відповідальності та оцінювання результативності персоналу;
- планувати та раціонально використовувати ресурси медіаорганізації;
- аналізувати медіаринок, конкурентне середовище, потреби та поведінку аудиторії;
- визначати позиціонування медіа та розробляти напрями розвитку медіабренду;
- аналізувати та обирати відповідні моделі фінансування і монетизації медіапродуктів;
- розробляти та вдосконалювати медіапродукти з урахуванням потреб аудиторії та ринкового середовища;
- використовувати цифрові інструменти, медіааналітику та дані для обґрунтування управлінських рішень;
- оцінювати ефективність медіапроєктів, редакційних процесів та медіапродуктів за визначеними показниками;
- розробляти управлінські рішення щодо реагування на кризові ситуації, ризики та зміни у медіасередовищі;
- розробляти та обґрунтовувати стратегії розвитку медіа з урахуванням економічних, технологічних, професійних, етичних, правових і суспільних чинників.

КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики.

Загальні компетентності:

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК07. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

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

ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.

СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.

СК08*. Здатність провадити професійну діяльність на засадах академічної та професійної етики, виявляти повагу до індивідуально-культурного різноманіття й застосовувати принципи толерантності, конструктивного діалогу та співробітництва у комунікаційній сфері

СК09*. Здатність здійснювати професійну та виробничу діяльність у правовому полі, застосовуючи норми національного та міжнародного медіазаконодавства для запобігання правовим ризикам.

Програмні результати навчання:

РН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.

РН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

РН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

РН11. 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.

РН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів

РН13. Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

РН15*. Керуватися чинним нормативно-правовим забезпеченням інформаційної сфери, кваліфіковано дотримуватися авторських прав, вимог щодо захисту персональних даних та прав громадян під час створення й поширення медіапродукції.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Основи медіа-менеджменту: поняття, функції, завдання

Поняття медіа-менеджменту як галузі управління
Види медіаорганізацій та їх специфіка
Основні функції менеджера в медіасфері
Роль медіа в суспільстві та бізнесі

Тема 2. Стратегічне планування в медіакомпаніях

Визначення місії, бачення та цілей
SWOT-аналіз і розробка стратегій розвитку
Брендинг медіа та конкурентні переваги
Планування контенту як частина стратегії

Тема 3. Організаційна структура та управління персоналом у медіа

Типи організаційних структур у ЗМІ
Побудова редакційної політики
Мотивація і KPI для креативних команд
Адаптація до нових форматів роботи (віддалена, гібридна тощо)

Тема 4. Економіка медіа: моделі монетизації та бюджетування

Джерела доходів медіапроектів (реклама, підписка, донати, гранти)
Основи фінансового планування у медіабізнесі
Кошторис виробництва медіапродукту
ROI у медіаінвестиціях

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРАКТИКИ УПРАВЛІННЯ МЕДІАОРГАНІЗАЦІЯМИ

Тема 5. Діджиталізація медіа: трансформація моделей управління

Вплив цифрових технологій на медіа
Інтеграція багатоплатформеного виробництва
Адаптація контенту під соціальні мережі та нові медіаплатформи
Автоматизація процесів у медіа

Тема 6. Управління медіапроєктами

Етапи реалізації медіапроєкту
Робота з таймлайнами, бюджетами, командами
Інструменти проджект-менеджменту (Trello, Asana, Notion тощо)
Аналіз ризиків і планування кризового управління

Тема 7. Юридичні та етичні аспекти медіаменеджменту

Медіаправо: регулювання, ліцензування, авторське право
Законодавчі обмеження і свобода слова
Етика керівника в медіаорганізації
Управління репутацією

Тема 8. Кризовий менеджмент і управління змінами в медіа

Реакція на зовнішні виклики (війна, політична ситуація, інфляція)
Антикризові стратегії і PR-рішення
Комунікація з аудиторією у складні періоди
Трансформація команди і процесів під час змін

ФОРМИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Контроль результатів **навчання** та рівня сформованості компетентностей здобувачів здійснюється на засадах прозорості та академічної доброчесності відповідно до Положення про критерії оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Класичному приватному університеті. http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/node/5478

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються такі види контролю:

Вхідний контроль:. проводиться на початку вивчення курсу з метою визначення рівня підготовки студентів до вивчення певної дисципліни, або загального рівня підготовки студентів за попередній період навчання. Здійснюється у формі вступного бліц-опитування або тестування.

Поточний контроль: здійснюється протягом семестру під час семінарських (практичних) занять, перевірки завдань самостійної роботи та проведення тестування, зокрема у Віртуальній аудиторії КПУ. Передбачає оцінювання усних відповідей, виконання практичних завдань, аналізу кейсів і розв'язання ситуаційних завдань зі стратегічного планування, організації роботи медіакомпаній, управління персоналом, монетизації та бюджетування, цифрової трансформації, управління медіапроєктами, дотримання правових і етичних засад діяльності медіа, кризового менеджменту та управління змінами. Засвоєння матеріалу перевіряється також шляхом тестування за темами **1–4** та **5–8**. Сукупна питома вага поточного контролю становить **60% підсумкової оцінки**: по **30% за кожний розділ**.

Семестровий (підсумковий) контроль: проводиться у формі **екзамену** та передбачає **тестування за матеріалом усього курсу**. Оцінюються системність знань теоретичних та організаційно-економічних засад медіаменеджменту, розуміння сучасних технологій управління медіаорганізаціями, уміння застосовувати управлінські підходи до аналізу професійних ситуацій і вибору обґрунтованих рішень. Екзамен оцінюється за **100-бальною шкалою** з ваговим коефіцієнтом **0,40**, що становить **40% підсумкової оцінки**, або максимально **40 підсумкових балів**.

Оцінювання кожного розділу охоплює передбачені таблицею практичні й індивідуальні завдання, участь у дискусіях та тестування. Зазначені в таблиці показники за розділами є підсумковими й повторно до оцінок їхніх компонентів не додаються.

Для оцінювання студентів використовується система накопичування балів. Згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу в КПУ» підсумкова оцінка з дисципліни виставляється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням у національну шкалу та шкалу ECTS.

Загальний підсумковий бал за дисципліну (за 100-бальною шкалою) формується як середньозважена величина на основі всіх поточних і підсумкових оцінок здобувача, отриманих протягом семестру, з урахуванням питомої ваги кожного виду діяльності.

Підсумковий бал = ($B_{вхід.} \times k_{вхід.}$) + ($B_1 \times k_1$) + ($B_2 \times k_2$) +… +($B_n \times k_n$) + ($B_{екз.} \times k_{екз.}$)

де:

$B_{вхід.}$ – бал за виконання завдань вхідного контролю, виставлений за 100-бальною шкалою *(за наявністю)*; $k_{вхід.}$ – ваговий коефіцієнт вхідного контролю (як правило $k_{вхід.}$ =0. Оцінка вхідного контролю не впливає на загальну оцінку з дисципліни і є інформацією для викладача щодо рівня індивідуальної готовності студентів вивчати дану дисципліну);

B_1, B_2, B_3,...., B_n – бали за виконання завдань поточного контролю на практичних (семінарських) заняттях, самостійної та індивідуальної роботи, виставлений за 100-бальною шкалою; k_1, k_2, k_3,...., k_n – вагові коефіцієнти відповідного виду контролю;

$B_{екз.}$ – бал за підсумковий семестровий контроль (екзамен), виставлений за 100-бальною шкалою *(за наявністю)*; $k_{екз.}$ – ваговий коефіцієнт підсумкового семестрового контролю (екзамену).

Сума вагових коефіцієнтів поточного та підсумкового контролю дорівнює 1

$$k_1 + k_2 + k_3 + ... + k_n + k_{екз.} = 1$$

Структура компонентів оцінювання та їх питома вага

Види навчальної діяльності здобувача	Шкала оцінювання завдання	Ваговий коеф.	Питома вага у загальній оцінці
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТУ			
1. Основи медіа-менеджменту: поняття, функції, завдання Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	5
2. Стратегічне планування в медіакомпаніях Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	5
3. Організаційна структура та управління персоналом у медіа Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	5
4. Економіка медіа: моделі монетизації та бюджетування Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	5
Тестування за темами 1-4	100	0,05	5
Аналіз практичних кейсів та виконання ситуаційних завдань за темами 1–4	100	0,05	5
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРАКТИКИ УПРАВЛІННЯ МЕДІАОРГАНІЗАЦІЯМИ			
5. Діджиталізація медіа: трансформація моделей управління Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	4
6. Управління медіапроєктами Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	6
7. Юридичні та етичні аспекти медіаменеджменту Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	5
8. Кризовий менеджмент і управління змінами в медіа Усні відповіді та виконання завдань практичних занять	100	0,05	5
Тестування за темами 5-8	100	0,05	5
Аналіз практичних кейсів та виконання ситуаційних завдань за темами 5-8	100	0,05	5
Екзамен	100	0,4	40
Разом	**100**	**1**	**100**
Додаткові досягнення з навчальної дисципліни (за наявністю) Результати науково-дослідної діяльності здобувача, зокрема за такі активності: – участь у предметних олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт з навчальної дисципліни; – участь у засіданнях наукових гуртків, зокрема в обговореннях у форматі круглих столів, присвячених актуальним темам з навчальної дисципліни; – публікації результатів досліджень у вигляді наукових статей, тез доповідей, а також виступи на наукових конференціях.	До 10 балів		

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

100-бальна система	шкала ЄКТС	Національна шкала	Характеристика вимог та критеріїв оцінювання
90–100	A	Відмінно	Здобувач демонструє глибокі системні знання теорії та практики медіаменеджменту, вільно володіє принципами стратегічного планування, організації роботи медіа та управління персоналом. Самостійно аналізує складні управлінські ситуації, розробляє стратегії розвитку медіаорганізацій, обґрунтовує економічні та організаційні рішення. Бездоганно виконує практичні завдання, ефективно розв'язує кейси з управління медіапроєктами та кризового менеджменту.
82–89	B	Добре	Здобувач демонструє ґрунтовні знання основ медіаменеджменту, стратегічного планування, економіки медіа та управління медіапроєктами. Самостійно аналізує організаційні й управлінські процеси, застосовує сучасні методи менеджменту та пропонує обґрунтовані рішення. Успішно виконує практичні завдання й аналізує ситуаційні кейси, допускаючи лише незначні неточності.
75–81	C	Добре	Здобувач володіє основними поняттями та принципами медіаменеджменту, розуміє особливості організації медіа, бюджетування, монетизації та цифрової трансформації. Здатний аналізувати типові управлінські ситуації, планувати діяльність медіапроєктів і визначати шляхи розв'язання організаційних проблем. Виконує практичні завдання, проте допускає окремі неточності в обґрунтуванні управлінських рішень.
67–74	D	Задовільно	Здобувач демонструє базові знання принципів медіаменеджменту, розуміє основні функції управління, організаційну структуру медіа та засади економічної діяльності. Здатний розв'язувати нескладні управлінські ситуації, проте має труднощі зі стратегічним плануванням, аналізом економічних показників і прийняттям рішень. Практичні завдання виконує частково самостійно, потребує допомоги викладача.
60–66	E	Задовільно	Здобувач володіє мінімально необхідними знаннями з медіаменеджменту, має фрагментарне уявлення про управління медіаорганізаціями, фінансове планування та реалізацію медіапроєктів. Відповіді поверхові, аргументація недостатня. Під час аналізу управлінських ситуацій і виконання практичних завдань допускає суттєві помилки, потребує постійної допомоги викладача.
35–59	FX	Незадовільно	Здобувач демонструє недостатній рівень знань теоретичних і практичних засад медіаменеджменту, не володіє належним чином основними принципами організації та управління медіа. Не здатний самостійно аналізувати управлінські ситуації, розробляти стратегії розвитку медіаорганізацій та обґрунтовувати рішення. Практичні завдання виконує з грубими помилками або не в повному обсязі.
1–34	F	Незадовільно	Здобувач не демонструє необхідних знань основ медіаменеджменту, не розуміє принципів стратегічного планування, економіки медіа та управління медіапроєктами. Не здатний аналізувати управлінські процеси, розв'язувати ситуаційні завдання та виконувати практичні роботи навіть за допомогою викладача. Не досягнув передбачених дисципліною результатів навчання.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: 100-БАЛЬНА, НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

<table>
<tr><td rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</td><td rowspan="2">Оцінка за шкалою ECTS</td><td colspan="2">Оцінка за національною шкалою</td></tr>
<tr><td>для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики</td><td>для заліку</td></tr>
<tr><td>90-100</td><td>A</td><td>відмінно</td><td rowspan="5">зараховано</td></tr>
<tr><td>82-89</td><td>B</td><td rowspan="2">добре</td></tr>
<tr><td>75-81</td><td>C</td></tr>
<tr><td>67-74</td><td>D</td><td rowspan="2">задовільно</td></tr>
<tr><td>60-66</td><td>E</td></tr>
<tr><td>35-59</td><td>FX</td><td>незадовільно з можливістю повторного складання</td><td>не зараховано з можливістю повторного складання</td></tr>
<tr><td>0-34</td><td>F</td><td>незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни</td><td>не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни</td></tr>
</table>

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політика щодо термінів виконання завдань та перескладання	З огляду на безпекову ситуацію, повітряні тривоги та перебої з електропостачанням, освітній процес базується на принципах гнучкості та академічної підтримки. Усі завдання виконуються здобувачами в асинхронному режимі без застосування штрафних санкцій чи зниження балів за порушення первинних термінів, якщо затримка зумовлена об'єктивними обставинами непереборної сили. Здавання та перескладання пропущених завдань чи тем здійснюється у зручному для студента темпі протягом семестру за погодженням із викладачем без будь-яких обмежень.
Політика академічної доброчесності	Здобувачі освіти зобов'язані неухильно дотримуватись принципів академічної доброчесності під час виконання усіх видів навчальної, наукової та творчої діяльності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання та академічне шахрайство. Здобувачам освіти забороняється вдаватися до будь-яких форм академічного шахрайства, зокрема: використовувати під час контрольних заходів заборонені матеріали або технічні засоби; посилатися на джерела, які не використовувались у роботі; здавати роботи з однаковим змістом, підготовлені різними особами. У разі встановлення порушення академічної доброчесності до здобувача освіти можуть бути застосовані такі заходи академічної відповідальності, як повторне проходження оцінювання (контрольна робота, екзамен, залік тощо), повторне вивчення відповідного освітнього компонента або відрахування з університету.
Політика щодо відвідування занять в умовах воєнного стану	Відвідування навчальних занять здобувачами вищої освіти є обов'язковим відповідно до затвердженого розкладу. *Організація освітнього процесу в умовах загрози та повітряних тривог* У разі включення сигналу «Повітряна тривога» під час проведення занять у режимі реального часу (Zoom / Google Meet) або перебування в приміщеннях Університету, проведення синхронного заняття негайно припиняється, а всі учасники освітнього процесу зобов'язані перейти до укриттів. Навчальне заняття, перерване через сигнал «Повітряна тривога» або яке не відбулося через її тривалість, автоматично переводиться в асинхронний режим. Відсутність здобувача освіти на синхронній конференції під час повітряної тривоги, відсутності електроенергії або зв'язку не є підставою для виставлення заборгованості чи зниження підсумкової оцінки, за умови опрацювання навчального матеріалу та виконання завдань в асинхронному режимі. *Застосування дистанційних технологій та форс-мажорних обставин* У разі переходу університету або його окремих структурних підрозділів на навчання із використанням дистанційних технологій через безпекову ситуацію чи інші форс-мажорні обставини, освітній процес регулюється *«Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти з використанням дистанційних технологій при обмежені або відсутності фізичного відвідування закладів освіти здобувачами з причин непереборної сили (природні катаклізми, заходи карантинного порядку та інші форс-мажорні обставини) в «Класичному приватному університеті».* Формат участі у дистанційних заняттях адаптується до поточних технічних можливостей та умов безпеки здобувачів і викладачів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література:

1. Костюк, О. В. Менеджмент мас-медіа: навчальний посібник. Львів: ПАІС, 2012 260 с.
2. Карнаух, Т. Л. Медіаменеджмент: виклики та можливості цифрової епохи: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 228 с.
3. Бакіров, В. С. Медіаекономіка і медіаменеджмент: навчальний посібник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 314 с.
4. Мельник, Г. В., Ліпкан, В. А. Управління інформаційною безпекою в медіапросторі: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 292 с.
5. Мірошниченко, І. Медіаорганізації: стратегічне управління. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2021. 176 с.

Міжнародна література:

6. Doyle, G. Understanding Media Economics. 2nd ed. London: SAGE Publications, 2013. 256 p.
7. Küng, L. Strategic Management in the Media: Theory to Practice. London: SAGE Publications, 2017. 228 p.
8. Picard, R. G. The Economics and Financing of Media Companies. 2nd ed. New York: Fordham University Press, 2011. 272 p.
9. Albarran, A. B. Management of Electronic and Digital Media. 6th ed. Boston: Cengage Learning, 2016. 368 p.
10. Chan-Olmsted, S. M. Competitive Strategy for Media Firms: Strategic and Brand Management in Changing Media Markets. New York: Routledge, 2006. 320 p.
11. Pavlik, J. V. Media in the Digital Age. New York: Columbia University Press, 2008. 352 p.
12. McDowell, W. S. Exploring Value Creation in the Media Industry: Strategies for an Era of Transition. London: Routledge, 2015. 248 p.
13. Chyi, H. I., & Tenenboim, O. Reality Check: Multiplatform Newspaper Readership in the United States, 2007–2015 // Journalism Practice. 2017. Vol. 11(7). P. 798–819