



Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»
Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри
Куваєва Т.В. _____
«29» серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Медіаменеджмент та медіамаркетинг»

Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Журналістика»
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	3,5 кредити ЄКТС (105 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	8-й семестр, 15 чверть
Мова викладання	українська

Викладачі: проф. Касян Сергій Якович
пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаменеджмент та медіамаркетинг» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Журналістика» спеціальності 061 Журналістика / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Дніпро : НТУ «ДП», 2025. 16 с.

Розробник:

- Касян Сергій Якович – доцент, кандидат економічних наук, професор кафедри маркетингу.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності С7 Журналістика (061 Журналістика) (протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.).

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ	7
6.1. Шкали.....	7
6.2. Засоби та процедури.....	8
6.3. Критерії.....	9
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	12
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Журналістика» спеціальності 061 Журналістика першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф21 «Медіаменеджмент та медіамаркетинг» віднесено наступні результати навчання:

ПР3	Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
ПР6	Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків
ПР7	Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
ПР16	Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію

Мета дисципліни – формування у здобувачів теоретичних знань про особливості управлінської діяльності медіа як соціальної системи та сфери виробництва, маркетингові завдання медіапідприємств, засоби й інструменти їх розв'язання, медіабрендинг і специфіку дистрибуції медіапродукції, а також поєднання оволодіння теоретичними положеннями з формуванням навичок практичного застосування прийомів і інструментів менеджменту та маркетингу.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР3	ПР3.1-Ф21	знати теоретичні засади журналістської інформації як товару, закономірностей формування й розвитку, соціальних агентів й структуру інформаційного ринку в Україні, маркетингові дослідження в медіасфері.
	ПР3.2-Ф21	знати управління життєвим циклом медіапродукту, основні методи й етапи розробки маркетингової стратегії медіа, застосовувати методи і стратегії маркетингового ціноутворення у медіа галузі
ПР6	ПР6.1-Ф21	вміти визначати основні поняття й принципи методів і стилів управління, суть і види внутрішньокорпоративних комунікацій, техніку проведення перемовин
	ПР6.2-Ф21	вміти визначати завдання менеджменту в мас-медіа, формулювати постановку цілей, організацію й координування, прийняття рішень, контроль успіху, заохочення працівників і розвиток їхніх здібностей.
ПР7	ПР7.1-Ф21	вміти визначати орієнтацію на результат, внесок до загальної справи, використання сильних сторін, позитивне мислення як загальні принципи медіаменеджменту, планування та бюджет, стратегію прибутковості
	ПР7.2-Ф21	знати теоретичні основи мас-медіа як засобу реалізації маркетингових завдань і об'єкту маркетингової діяльності, місію, мету, задачі медіапідприємств, особливості виміру аудиторії, панельні дослідження аудиторії
ПР16	ПР16.1-Ф21	вміти організовувати медіамаркетинг і формувати моделі маркетингової діяльності та маркетингові стратегії в сфері медіа
	ПР16.2-Ф21	вміти розроблювати ідентичність, позиціонування й створювати платформи медіабрендингу, застосовувати основні моделі дистрибуції і маркетингову товарну політику в медіасфері

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 8-му семестрі (15 чверть) відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме:

Ф4 Основи медіа-грамотності	ПР1 Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань ПР11 Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою ПР18 Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва
Ф8 Теорія і методика журналістської творчості	ПР2 Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції ПР4 Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел ПР14 Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації ПР15 Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
Ф14 Теорія соціальних комунікацій	ПР10 Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень ПР13 Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	Денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	30	30	60	6	54
практичні	45	15	30	45	6	39
РАЗОМ	105	45	60	105	12	93

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ПР3.1-Ф21	1. Менеджмент у мас-медіа як наука, мистецтво управління та навчальна дисципліна	6
	1.1 Предмет, структура і завдання курсу.	
	1.2 Поняття про медіаменеджмент та медіамаркетинг. Основні напрямки вивчення медіаменеджменту.	

	1.3 Журналістська інформація як товар. Закономірності формування й розвитку інформаційного ринку.	
	1.4 Соціальні агенти й структура інформаційного ринку в Україні.	
	1.5 Форми організації українського медіабізнесу.	
ПР6.2-Ф21 ПР7.1-Ф21	2. Теорії мотивації та особливості їх реалізації в практиці мас-медіа. Принципи й завдання медіаменеджменту 2.1 Теорія ієрархії потреб А. Маслоу. Теорія ERG К. Альдерфера. 2.2 Теорія набутих потреб Д. МакКлелланда. Двофакторна теорія Ф. Герцберга. Сучасні підходи управління персоналом. 2.3 Орієнтація на результат, внесок до загальної справи, використання сильних сторін, позитивне мислення як загальні принципи медіаменеджменту. 2.4 Завдання менеджменту в мас-медіа: постановка цілей, організація й координування, прийняття рішень, контроль успіху, заохочення працівників і розвиток їхніх здібностей.	6
ПР6.1-Ф21	3. Методи управління персоналом 3.1 Основи поняття й принципи методів і стилів управління. 3.2 Адміністративно-правові, економічні й соціально-психологічні методи управління. 3.3 Суть і види внутрішньокорпоративних комунікацій. 3.4 Техніка проведення перемовин.	6
ПР7.1-Ф21	4. Управління фінансування медійних проєктів. Кредитне фінансування бізнесу 4.1 Основи фінансового успіху медіа. 4.2 Планування та бюджет. Стратегія прибутковості. 4.3 Реклама та фандрайзинг. 4.4 Поняття про кредитні організації та кредитування у сфері медіа. 4.5 Засоби забезпечення повернення кредиту.	6
ПР3.2-Ф21 ПР7.2-Ф21 ПР16.1-Ф21	5. Медіамаркетинг і моделі маркетингової діяльності та маркетингові стратегії в сфері медіа 5.1 Поняття про медіамаркетинг. Моделі маркетингової діяльності. Операційний і стратегічний маркетинг. Маркетинговий стратегічний аналіз 5.2 Мас-медіа як засіб реалізації маркетингових завдань і об'єкт маркетингової діяльності. 5.3 Зміст і основні елементи маркетингової стратегії. Концепція медіа як основа її маркетингової стратегії. 5.4 Місія, мета, задачі медіапідприємств. 5.5 Основні методи й етапи розробки маркетингової стратегії медіа.	8
ПР3.1-Ф21 ПР7.2-Ф21	6. Типологія маркетингових досліджень в медіасфері 6.1 Міжнародний і український ринок медіадосліджень. 6.2 Складання брифу. 6.3 Дослідження ставлення аудиторії до контенту. 6.4 Особливості виміру аудиторії, панельні дослідження аудиторії.	6
ПР16.2-Ф21	7. Розробка ідентичності, позиціонування й платформи медіабрендингу 7.1 Сегментування, вибір цільового сегменту, складання «профілю» цільового сегменту. 7.2 Принципи розробки й складові ефективною платформи бренду. Антикризові комунікації у медіабрендингу.	6

	7.3 Моделі планування ідентичності бренду.	
ПР3.2-Ф21 ПР16.1-Ф21 ПР16.2-Ф21	8. Основні моделі дистрибуції та маркетингова товарна політика в медіасфері 8.1 Дистрибуція в системі маркетингу медіакомпаній 8.2 Канали дистрибуції в медіабізнесі: інтенсивна, селективна, ексклюзивна. 8.3 Управління життєвим циклом медіапродукту. Характеристики медіапродукту	8
ПР3.2-Ф21	9. Основні принципи й підходи маркетингового ціноутворення у медіа галузі 9.1 Специфіка ціноутворення в різних сегментах медіаіндустрії. 9.2 Аналіз попиту й пропозиції на медіаринку. Еластичність попиту за ціною. Цінове варіювання. Встановлення остаточних цін. 9.3 Управління конкурентоспроможністю медіакомпанії в контексті цінової політики.	8
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	45
ПР3.1-Ф21 ПР6.2-Ф21 ПР7.1-Ф21 ПР16.1-Ф21 ПР16.2-Ф21	1. Редакція медіа як підприємство та специфічний інформаційний товар 2. Ділова гра: оперативне прийняття управлінських рішень на медіа ринку 3. Основи самоменеджменту в медіа. Бізнес-концепція і бізнес-модель мас-медіа. 4. Позитивний кейс з моделей маркетингової діяльності, визначення комплексу маркетингу в медіа сфері 5. Ділова гра: аналіз формування місії, мети, задач медіа 6. Складання брифу, анкети, гайду під час маркетингових досліджень у медіа сфері 7. Кейсові завдання з формування і просування корпоративного бренду у медіа сфері з урахуванням антикризових комунікацій 8. Ділова гра: Вибір каналів дистрибуції і формування маркетингової товарної політики в медіабізнесі 9. Розрахункові завдання: Методи і стратегії маркетингового ціноутворення в медіаіндустрії	4 4 6 4 6 5 4 6 6
	РАЗОМ	105

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgpuz> . Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent

74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	Процедури
лекції	контрольні запитання за кожною темою	відповідь на запитання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення сумарного результату поточних контролів
практичні	практичні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольної роботи. Практичні заняття оцінюються якістю виконання практичних завдань.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3. Критерії

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
навчання	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	чотири вимоги)	
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Bezuhla L, Koshkalda I, Perevozova I, Kasian S, Hrechanyk N. Marketing Management of the Regional Ecotourism Infrastructure. *International Journal of Industrial Engineering & Production Research. IJIEPR*. Iran University of Science and Technology. March 2022; Vol. 33 No.1: 1-11. URL: <http://ijiepr.iust.ac.ir/article-1-1370-en.html> Scopus. DOI: 10.22068/ijiepr.33.1.3 ISSN: 2008-4889
2. Dziuba Radosław, Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Gusak Natalia. Creative technologies and tools of international media communications as components of effective media support for innovative projects / Креативні технології та інструменти міжнародних медіакомунікацій як компоненти ефективної медіапідтримки інноваційних проєктів. Ukraine, Lviv, *Bulletin of Lviv University: Series Economics*. 2025. Issue 68. P. 147-157. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.68.0.680> 4. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633>, <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633/14104> ISSN 2078-6115
3. Kasian Serhii, Artyukhova Nadiia, Hordiienko Vita, Motrechko Vira. *Knowledge marketing: M4I-mix model of evaluation. E3S Web of Conferences 307*, 03002 (2021) DSDM – 2021. E3S Web of Conferences Volume 307 (2021) *Intern. Interdisc. Scien. Conf. "Digitalisation and Sustainability for Development Management: Economic, Social, and Ecol. Aspects"* 2021 London, UK, September 11-12, 2021. A. Kwilinski (Ed.). URL: <http://surl.li/enxds>, <http://surl.li/enxea> (*Index Web of Science*).
4. Kasian Serhii. Eurointegration, marketing communication and virtual logistic in Ukrainian and Polish enterprises. *European Review. Poland. University of Warsaw. Faculty of Polit. Science & International Studies*. Warsaw: Issue: 2022 (1). P. 163-169. Published: 2022-05-05. Access: <http://surl.li/enxdl>, <http://surl.li/enxdlm>
5. Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Kolisnyk Larysa. Marketing tool in ensuring effective product promotion on the Ukrainian and global chocolate markets. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2023. Випуск 65. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/view/551>, ISSN 2078-6115. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.65.0>
6. Lynenko Andrii, Kasian Serhii, Kaplun Valerii. Development of logistics and effective marketing communications of holding companies on international markets. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*, 2023, №2, С. 93-99. ISSN 2415-3974. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/uk/arkhiv2023-2/>, <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-2/Lynenko.pdf>
7. Sapiński Aleksander, Sanetra-Półgrabi Sabina, Kasian Y. Serhii, Rozhko N., Bhandari P. Medani (2021). *Social Responsibility as A Tool for The Human Resources Policy Development and Reducing Inequalities on Tourism Industry*, Chapter 12. Medani P. Bhandari and Shvindina Hanna editors, *Inequality – The unbeatable Challenge*, 1st Edition, River Publishers, Denmark / the Netherlands, USA. Taylor & Francis Gr. P. 293–306 (352 p.). URL: <http://surl.li/enmbf> <https://cutt.ly/jNCBIPX>
8. Касян Сергій, Борковскі Станіслав, Артюхова Надія. Маркетингове управління цінами і просуванням підприємств при їх виході на ринки ЄС. *Формування ринкової економіки в Україні. Л : ЛНУ ім. І. Франка*, 2020. Вип №44. URL: <http://surl.li/enlzu>
9. Касян С., Ткаченко М., Сапінські А. Міжнародне маркетингове стратегічне планування, ціноутворення, комунікації у ході інтеграції освіти, науки і бізнесу. *Інтеграція освіти, науки і бізнесу : монографія*. Том 11 / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. С. 77-83
10. Касян С. Я., Шаповал Д. Є. Інтеграція сталого розвитку в сучасні стратегії менеджменту для онлайн-просування товарів. *Економічний вісник Дніпровської*

політехніки. 2025. №3(91). С. 57-66. URL:
https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1697
https://ev.nmu.org.ua/docs/2025/3/EV20253_057-066.pdf DOI:
<https://doi.org/10.33271/ebdut/91.057>

11. Касян С. Я., Шебанов О. Б., Цюпа Г. О. Маркетинг сталого розвитку під час виведення нового товару на ринок. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. Національний технічний університет «Дніпровська політехніка». Дніпро. 2024. №2 (86). С. 140148. <https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/EV20242.pdf>
12. Касян С. Я., Пілова К. П., Макуха Ю. М. Міжнародне планування маркетингової стратегічної діяльності компанії: інформаційні технології просування бренду. *Економ. вісник Дніпров. політехніки*. 2022. №3. С. 54-67.
13. Котлер Ф. *Маркетинг 4.0 Від традиційного до цифрового* / Філіп Котлер, Гермаван Катараджая, Іван Сетьяван; пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.

Методичні

1. Касян С.Я. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Медіаменеджмент та медіамаркетинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. [Електронний ресурс]; уклад.: С. Я. Касян. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2024. 124 с.
2. Методичні вказівки до практичних робіт студентів із дисципліни «Медіаменеджмент та медіамаркетинг». Для студентів IV курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які навчаються за ОПП «Маркетинг». Укладач: Касян С.Я. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2024. 28 с.
3. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів із дисципліни «Медіаменеджмент та медіамаркетинг». Для студентів IV курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які навчаються за ОПП «Маркетинг». Укладач: Касян С.Я. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2024. 24 с.

Допоміжні

1. Kozielski Robert. *Możliwości biznesowe a orientacja marketingowa przedsiębiorstw*, w: *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach* (233), ss. 148-158, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 2015.
2. Kasian S. Ya., Shebanov O. B. Internet marketing communications management, value system, logistic services of chocolate factory. *Scientific periodical journal Modern engineering and innovative technologies*. Issue #31, February 2024 (Germany, EU, Copernicus, GScholar). URL: <https://www.moderntechno.de>
3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>
4. Закон України «Про захист економічної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
5. Касян Сергій, Савенко Римма, Гавриленко Олексій. Взаємодія складових комплексу маркетингових комунікацій компанії у міжнародному цифровому середовищі. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2023. Випуск 64. С. 127–139. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/view/546>, <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/viewIssue/546/58> DOI: <https://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.64.0.6411>
6. Марків О. Т. *Медіаменеджмент і медіамаркетинг: концепти, стратегії, практики*: навчальний посібник; Український державний університет імені Михайла Драгоманова. Київ.: Вид-во УДУ ім. Михайла Драгоманова, 2024. 116 с.

Інформаційні ресурси

1. Аналітика ринків - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com
2. Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads , Google search console
3. Бенчмарк ключових метрик - Worldstat.com, Adstage.io
4. Верховна Рада України. URL: www.rada.gov.ua
5. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
6. Законодавчий сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
7. Інформаційно-пошукова правова система «Нормативні акти України (НАУ)». URL: <http://www.nau.ua>
8. Кабінет Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua
9. ЛігаБізнесІнформ. URL: <http://www.liga.net.com.ua>
10. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. URL: www.me.gov.ua
11. Національна парламентська бібліотека України. URL: www.nplu.kiev.ua
12. Національний банк України. URL: www.nbu.gov.ua
13. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua>
14. Офіційна сторінка Національної бібліотеки України ім. В.Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
15. Офіційний сайт Аудиторської палати України. URL: <http://www.apu.com.ua>
16. Офіційний сайт Державної статистичної служби України. URL: www.ukrstat.gov.ua
17. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>
18. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>
19. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. URL: <http://www.minjust.gov.ua>
20. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>
21. Офіційний сайт Президента України. URL: www.president.gov.ua
22. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>
23. Представництво Європейської комісії в Україні. URL: www.delukr.cec.eu.in
24. Представництво ООН в Україні. URL: www.un.kiev.ua
25. Ресурси наукової бібліотеки Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». URL: <http://lib.nmu.org.ua/>
26. Центр перспективних соціальних досліджень. URL: <http://www.cpsr.org.ua>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**«Медіаменеджмент та медіамаркетинг»
для бакалаврів освітньо-професійної програми «Журналістика»
зі спеціальності 061 Журналістика**

Розробник:
Касян Сергій Якович

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, Україна, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19