



Кам'янець-Подільський національний університет імені  
Івана Огієнка  
Навчально-науковий інститут української філології та  
журналістики  
Кафедра журналістики

**Силабус**  
**навчальної дисципліни**  
«Цифровий контент і монетизація медіапроектів»

### 1. Загальна інформація про курс

<b>Назва курсу, мова викладання</b>	Цифровий контент і монетизація медіапроектів Мова викладання – українська.
<b>Викладач</b>	Почапська Оксана Іванівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики
<b>Профайл викладача</b>	<a href="https://journkaf.kpnu.edu.ua/pochapska-oksana-ivanivna/">https://journkaf.kpnu.edu.ua/pochapska-oksana-ivanivna/</a>
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:pochapska.oksana@kpnu.edu.ua">pochapska.oksana@kpnu.edu.ua</a>
<b>Сторінка в MOODLE</b>	<a href="https://moodle.kpnu.edu.ua/course/view.php?id=8226">https://moodle.kpnu.edu.ua/course/view.php?id=8226</a>
<b>Консультації</b>	Вівторок 15:00-16:00 Місце проведення консультацій– платформа Moodle (Почапська О.І.), Google Meet ( <a href="mailto:pochapska.oksana@kpnu.edu.ua">pochapska.oksana@kpnu.edu.ua</a> )

### 2. Анотація до курсу

Навчальна дисципліна вивчає процеси створення, дистрибуції та комерціалізації медійного продукту в цифровому середовищі. В основу дисципліни покладено дослідження сучасних моделей фінансування медіа, інструментів аналітики аудиторії та специфіки різних форматів контенту (текст, аудіо, відео, мультимедіа). Курс орієнтований на практичне освоєння платформних інструментів і формування стратегій сталого розвитку незалежних медіапроектів.

### 3. Мета та завдання курсу

**Мета курсу** – дослідити теоретичне та практичне підґрунтя функціонування сучасних цифрових медіа, сформувати навички розробки життєздатних бізнес-моделей для

медіапроектів та навчити ефективно конвертувати увагу аудиторії в інструменти фінансової сталості.

**Завдання** курсу – визначити та охарактеризувати ключові моделі монетизації (краудфандинг, пейволи, нативна реклама, гранти), виокремити метрики оцінки цифрового контенту, навчити студентів алгоритмам запуску власного стартапу в медіагалузі.

#### 4. Очікувані результати навчання

Знати:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ключові бізнес-моделі сучасних цифрових медіа;</li> <li>- інструменти вебаналітики та показники залученості аудиторії;</li> <li>- правові та етичні засади реклами й монетизації.</li> </ul>
Уміти:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- проектувати структуру медіапроекту та його контент-план;</li> <li>- розраховувати базову юніт-економіку цифрового видання;</li> <li>- створювати нативні рекламні формати;</li> <li>- налаштовувати системи збору донатів і підписок.</li> </ul>

#### Формат курсу

Стандартний курс (очний; вибіркова освітня компонента професійної підготовки). Можливе застосування об'єктно-модульного динамічного середовища навчання Moodle та застосувань для проведення відеоконференцій (MS Teams / Zoom).

#### 5. Обсяг і ознаки курсу

Найменування показників	Характеристика навчального курсу
	денна форма навчання
нормативна/вибіркова	<i>вибіркова</i>
Рік навчання	<i>II рівень освіти, магістр, 1-й рік навчання</i>
семестр	<i>другий</i>
Кількість кредитів ЄКТС	4 кредити ЄКТС
Загальний обсяг годин	120 год.
Кількість годин навчальних занять	32 год.
Лекційні заняття	16 год.
Практичні заняття	16 год.
Семінарські заняття	-

Лабораторні заняття	-
Самостійна та індивідуальна робота	88 год.
Форма підсумкового контролю	залік

## 6. Технічне й програмне забезпечення, обладнання

Для успішного проходження курсу необхідний персональний комп'ютер/ноутбук або смартфон із доступом до мережі Інтернет. Передбачається використання інструментів Google Analytics, Meta Business Suite, сервісів для створення розсилок (Substack/Mailchimp) та краудфандингових платформ. Робота інтегрується в середовище MOODLE.

## 7. Політика курсу

**Відвідування занять.** Очікуємо, що здобувачі відвідуватимуть лекційні та практичні заняття. Під час відвідування всіх видів занять і консультацій очікуємо дотримання правил внутрішнього розпорядку Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (<http://kpn.u.edu.ua/pravy-la-vnutrishnoho-rozporyadku/>) та етичних норм поведінки.

Встановлюються терміни виконання здобувачами усіх видів робіт, передбачених курсом. За несвоєчасно подані роботи / завдання (з порушенням визначених термінів) знижуватимуться бали.

Якщо здобувач не відпрацював пропущені навчальні заняття (як лекційні, так і практичні), не виправив оцінки 0,1,2,3, отримані на навчальних заняттях, виконав завдання модульної контрольної роботи (МКР) або самостійної роботи менше ніж на 60% від максимальної кількості балів, виділених на ці види робіт, він вважається таким, що має академічну заборгованість за результатами поточного контролю.

За відпрацьовані лекційні заняття оцінки не ставляться, за практичні заняття нараховуються бали середнього (4, 5, 6), достатнього (7, 8, 9) та високого рівня (10, 11, 12).

Очікується, що здобувачі поступово під час консультацій відпрацьовуватимуть пропущені заняття й завершать цей процес вчасно (до останнього практичного заняття з дисципліни). Відпрацювання лекційного заняття передбачає знання здобувачем питань плану та вміння дати відповіді на питання для самоконтролю. Відпрацювання пропущеного практичного заняття передбачає опанування теоретичних питань плану заняття й виконання запланованих завдань.

**Академічна доброчесність.** Дотримання академічної доброчесності регулюється Кодексом академічної доброчесності Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (нова редакція від 29.04. 2021 р.) ([https://drive.google.com/file/d/1W\\_tRKAqt4kKFyD1zNzR76uxVZY3mUjBV/view](https://drive.google.com/file/d/1W_tRKAqt4kKFyD1zNzR76uxVZY3mUjBV/view)) та Положенням про дотримання академічної доброчесності науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (нова редакція) (<https://drive.google.com/file/d/1nVC6hDHeT4WxNS5c45xybMiWBEVDbGpb/view> ). Тому роботи здобувачів мають бути оригінальними міркуваннями. Відсутність покликань на використані джерела, фабрикування джерел списування, втручання в роботу інших здобувачів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзамену заборонені (зокрема, з використанням мобільних пристроїв). Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача та

фактів списування є підставою для її незарахування викладачем (незалежно від масштабів плагіату чи обману).

**Література.** Для пошуку рекомендованої літератури здобувачі першого рівня можуть послуговуватися бібліотекою університету, кафедри української мови та інтернетними ресурсами. Здобувачі заохочуються до використання літератури, якої немає з-поміж рекомендованої.

**Комунікування з викладачем.** Спілкування з викладачами здійснюється під час лекційних і практичних занять (участь у бесідах, дискусіях, відповіді на питання тощо), консультацій, на засіданні наукових семінарів. Очікується, що здобувачі першого рівня будуть задавати викладачам запитання, цікавитися додатковими відомостями й сучасними науковими знаннями з курсу.

## 8. Схема курсу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	разом	у тому числі					
		лекційні заняття	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота	індивідуальна робота
<b>Змістовий модуль 1. Цифрова трансформація та архітектура медіа</b>							
Тема 1. Еволюція цифрових медіа: від класичних ЗМІ до екосистем платформ	8	2		-	-	6	-
Тема 2. Анатомія цифрового контенту: формати, канали, дистрибуція	12	2	2	-	-	8	-
Тема 3. Економіка уваги: метрики залученості, охоплення та вебаналітика	12	2	2	-	-	8	-
Тема 4. Цільова аудиторія медіапроєкту та побудова User Persona	12	2	2	-	-	8	-
<b>Змістовий модуль 2. Стратегії монетизації та запуск медіастарту</b>							
Тема 5. Рекламна модель: банери, програматик та формати нативної реклами	12	2	2	-	-	8	-
Тема 6. Моделі прямої підтримки: Paywall, членство, донати та краудфандинг	12	2	2	-	-	8	-
Тема 7. Гранти, субсидії та альтернативні джерела доходу в медіа	12	2	2	-	-	8	-
Тема 8. Контент-маркетинг, емейл-розсилки та подкасти як комерційні інструменти	10		2	-	-	8	-

Тема 9. Управління ризиками, юридичні та етичні аспекти монетизації	12	2	2	-	-	8	-
<b>Підготовка та захист підсумкового медіапроєкту</b>	18	-	-	-	-	-	18
Разом за курс	120	16	16	-	-	70	18

### 9. Методи навчання і форми оцінювання

Методи навчання: лекція (лекція-презентація, проблемна лекція, лекція-бесіда, лекція-дискусія та ін.), розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, диспут, дебати, мозкова атака, інструктаж (вступний, поточний, індивідуальний), робота за підручниками, посібниками, дидактичними матеріалами та іншими джерелами інформації, робота з інтернетними публікаціями та матеріалами вебсайтів, спостереження, робота за таблицями, аудіодемонстрація, створення й демонстрування презентацій, вправи й завдання (усні, письмові, творчі, проблемні, ситуативні та ін.), мінідослідження з проблем політичної лінгвістики.

Форми поточного контролю: *практичні заняття*: опитування; перевірка виконаних усних і письмових вправ та завдань під час аудиторного заняття; презентації з усних питань; виконання вправ, самостійна робота: тестування з використанням модульного об'єктно-орієнтованого динамічного навчального середовища Moodle, перевірка виконаних вправ та досліджень.

Форма модульного контролю: *модульна контрольна робота* (тестові питання відкритої структури).

Форма підсумкового контролю: залік.

### 10. Система оцінювання та вимоги

Розподіл балів, що присвоюються здобувачам:

#### *денна форма навчання*

Поточний і модульний контроль (100 балів)			залік
Поточний контроль	Самостійна робота	МКР (захист проєкту)	
45 балів	10 балів	45 балів	

#### **Поточний контроль (45 балів)**

Максимальний бал оцінки поточної успішності здобувачів I рівня вищої освіти на навчальних заняттях – 12 ([https://drive.google.com/file/d/1aD\\_jeL-jGRbDWAegkQ58tdMxxbqQKuff/view](https://drive.google.com/file/d/1aD_jeL-jGRbDWAegkQ58tdMxxbqQKuff/view)).

Здобувачеві, який не виконав поточних домашніх завдань, не підготувався до навчальних занять, в журнал обліку роботи академічної групи ставиться 0 балів.

Здобувач, знання, уміння і навички якого на навчальних заняттях за 12-бальною шкалою оцінено від 1 до 3 балів, вважається таким, що недостатньо підготувався до цих занять і має академічну заборгованість за результатами поточного контролю. Поточну

заборгованість, пов'язану з невідповідністю або недостатньою підготовленістю до навчальних занять, здобувач повинен ліквідувати. За ліквідацію поточної заборгованості нараховуються бали середнього (4, 5, 6), достатнього (7, 8, 9) та високого рівнів (10, 11, 12). Критерії оцінювання знань, умінь, навичок здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях:

Рівні навчальних досягнень	Оцінка в балах	Критерії оцінювання
<b>Початковий (понятійний)</b>	<b>1</b>	Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів медіаекономіки та цифрової дистрибуції, знайомий з поодинокими бізнес-моделями платформ, відповідає на запитання, які потребують відповіді «так» чи «ні».
	<b>2</b>	Здобувач вищої освіти недостатньо усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого (наприклад, назвати базові метрики вебаналітики), проте відповідає неточно, помиляється, хоча може самостійно знайти відповідь у літературі чи мережі Інтернет.
	<b>3</b>	Здобувач вищої освіти робить спроби розмежувати базові поняття (як-от рекламні моделі та моделі прямої підтримки аудиторії), проте плутається в дефініціях та механізмах їх реалізації.
<b>Середній (репродуктивний)</b>	<b>4</b>	Здобувач вищої освіти володіє частковими знаннями у сфері медіаменеджменту, здатний виконати практичні завдання та вправи за зразком; частково орієнтується в термінах та цифрових метриках (охоплення, залученість); самостійне опрацювання нового софту чи інструментів аналітики викликає значні труднощі.
	<b>5</b>	Здобувач вищої освіти розуміє суть навчальної дисципліни, знає основні поняття та категоріальний апарат цифрового маркетингу й монетизації; вміє працювати з додатковими джерелами інформації, виконує завдання за прикладом, проте допускає суттєві помилки у розрахунках чи контент-плануванні.
	<b>6</b>	Здобувач вищої освіти розуміє основні положення навчального матеріалу, може самостійно аналізувати невеликі медіапроекти та контент-стратегії конкурентів; вміє застосовувати знання під час виконання практичних завдань, послуговуватися профільною аналітикою.
<b>Достатній (алгоритмічно дієвий)</b>	<b>7</b>	Здобувач вищої освіти правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, розуміє структуру сучасного цифрового контенту, визначає суть поняття «унікальна торгова пропозиція» (УТП), дає загальну характеристику бізнес-моделям медіа; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; правильно вживає професійну термінологію.
	<b>8</b>	Знання здобувача вищої освіти досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал в стандартних ситуаціях; вміє здійснювати аналіз цифрових платформ, робити висновки щодо залучення аудиторії; його відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак із окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати якісну презентацію з теми заняття, обґрунтувати вибір каналів дистрибуції.
	<b>9</b>	Здобувач вищої освіти вільно володіє вивченим матеріалом, вміє аналізувати й систематизувати інформацію (дані вебаналітики), робить логічні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить бізнесові та маркетингові категорії медіаринку; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання.
<b>Високий (творчо-професійний)</b>	<b>10</b>	Здобувач вищої освіти володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; знає сучасні медіатеорії та моделі фінансової сталості редакцій; вільно володіє термінологією; знає підходи різних дослідників і практиків ринку до класифікації цифрового контенту; вміє застосовувати методи аналізу ринку для проектування власних медіастартів; користується актуальними інструментами аналітики.
	<b>11</b>	Здобувач вищої освіти володіє узагальненими професійними знаннями, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити першоджерела інформації та аналізувати їх, розмежовувати погляди експертів на одну і ту ж проблему розвитку медіаринку, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності; спроможний

		підготувати та презентувати життєздатну концепцію медіапродукту; самостійно визначає програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні контентні явища та маніпулятивні технології просування.
	<b>12</b>	Здобувач вищої освіти має системні, дієві знання з медіаменеджменту та економіки цифрових комунікацій, виявляє неординарні творчі здібності в навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів (зокрема розрахунки юніт-економіки) для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні ситуації та завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозування тенденцій розвитку медіа; уміє ставити і розв'язувати проблеми, моделювати бізнес-процеси редакцій в нестандартних чи кризових умовах ринку.

### Самостійна робота (10 балів)

Перевірку питань й завдань самостійної роботи, які здобувачі готують на практичні заняття, здійснює викладач, який їх проводить. Їх оцінювання є складником загальної оцінки, що виставляється здобувачеві на практичному занятті.

Контроль за іншими видами самостійної роботи здійснює лектор на консультаціях.

Самостійна робота передбачає опрацювання матеріалу лекційних занять, попередню підготовку до практичних занять; виконання завдань і вправ в позааудиторний час; підготовку до обговорення окремих теоретико-практичних тем; самостійне вивчення окремих теоретичних тем курсу; підготовка до написання модульної контрольної роботи; відвідування консультацій (згідно з графіком консультацій кафедри); підготовка до складання заліку. Особистісна зорієнтованість реалізується за рахунок виконання завдань, що розвивають навички самоаналізу.

Здобувачі, які за виконання завдань СР отримали рейтинговий бал менший 60% від максимальної кількості балів, виділених на цей вид роботи, а також ті, що не з'явилися на звіт за виконання СР на консультації, або не виконали її завдань, вважаються такими, що мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, ліквідація якої є обов'язковою.

#### денна форма навчання

СР	«задовільно»	6-7
10 балів	«добре»	8-9
	«відмінно»	10

#### Критерії оцінювання самостійної роботи:

Рівень навчальних досягнень	Оцінка в балах	Критерії оцінювання самостійної роботи
<b>Високий рівень</b>	<b>10 б.</b>	Здобувач вищої освіти виявляє глибокі фундаментальні знання з питань, винесених на самостійне опрацювання, а саме: тренди розвитку цифрових платформ, побудова бізнес-моделей медіа, інструменти вебаналітики (Google Analytics, Meta Business Suite), основи контент-маркетингу та юніт-економіки медіастартапів. Здобувач вищої освіти вчасно та в повному обсязі виконує практичні завдання самостійної роботи, демонструє аналітичний підхід.
<b>Достатній рівень</b>	<b>8–9 б.</b>	Відповідь здобувача та якість виконаних завдань відповідають вимогам високого рівня, але здобувач допускає 1–2 помилки (наприклад, у прорахунках конверсії чи налаштуванні метрик), які сам виправляє, і 1–2 недоліки в послідовності викладу матеріалу контент-стратегії та в презентаційному оформленні результатів. Здобувач вміє наводити власні приклади успішної монетизації медіа, може застосовувати вивчений інструментарій у стандартних та дещо змінених ринкових ситуаціях, самостійно добирає актуальні кейси та інформаційні джерела, володіє вміннями творчо-пошукової діяльності й роботи з цифровими ресурсами. Завдання самостійної роботи виконуються вчасно.

<b>Середній рівень</b>	<b>6–7 б.</b>	Здобувач виявляє знання і розуміння основних положень питань, винесених на самостійне опрацювання, але викладає матеріал контент-плану чи фінансової моделі неповно, допускає неточності у визначенні маркетингових і медійних понять, потребує допомоги (навідних запитань) викладача. Не вміє досить глибоко і доказово обґрунтовувати комерційну життєздатність проекту та наводити верифіковані ринкові приклади; у власній аргументації використовує лише загальновідомі факти. Володіє вміннями здійснювати первинну обробку даних охоплення й залученості без їх подальшого аналізу (SMM/вебаналітики). Завдання самостійної роботи виконує фрагментарно й дещо пізніше визначеного терміну.
<b>Початковий рівень</b>	<b>менше ніж 4,2 б.</b>	Здобувач виявляє незнання більшої частини самостійного матеріалу, не володіє професійним термінологічним апаратом (метрики, канали дистрибуції, УТП), допускає грубі помилки у формулюванні понять, які спотворюють їх сутність. Не вміє самостійно розробити логіку дослідження медіаринку чи аудіовізуальних форматів, хаотично і невпевнено захищає свої ідеї. У здобувача не сформовано базові практичні вміння роботи з цифровою інформацією та аналітичним софтом. Більшість завдань СРС не виконано або подано з грубим порушенням дедлайнів. У роботі наявні ознаки академічної недобросовісності (плагіат концепцій, несанкціоноване згенерований ШІ контент без рерайтингу та перевірки).

### Модульна контрольна робота (45 балів)

МКР / захист проекту 45 балів	середній рівень	24-30
	достатній рівень	31- 39
	високий рівень	40-45

<b>Рівень навчальних досягнень</b>	<b>Оцінка в балах</b>	<b>Критерії оцінювання захисту медіапроекту (як альтернативи МКР)</b>
<b>Високий рівень</b>	<b>40–45 б.</b>	<p>Здобувач вищої освіти виявляє глибокі фундаментальні знання з теорії медіаменеджменту, архітектури цифрового контенту та економіки платформ; вміє чітко проектувати структуру медіастарту, розробляти життєздатну контент-стратегію та комбінувати моделі монетизації (краудфандинг, пейволи, нативна реклама); безпомилково розраховує базові фінансові показники проекту й обґрунтовує вибір метрик аналітики.</p> <p>Унікає загальних формулювань. Презентує та підчить медіапроект логічно, послідовно та переконливо; впевнено відповідає на запитання під час захисту. Вживає професійну термінологію та мовні засоби відповідно до норм сучасної української літературної мови, демонструє високу культуру презентації.</p>
<b>Достатній рівень</b>	<b>31–39 б.</b>	Концепція, фінансова модель та контент-стратегія розробленого медіапроекту загалом відповідають усім вимогам високого рівня. Проте під час захисту або в оформленні матеріалів здобувач допускає 1–2 помилки (наприклад, незначні неточності у розрахунках юніт-економіки чи прогнозуванні конверсії) або 1–2 недоліки в послідовності викладу матеріалу, структурі презентації чи мовному оформленні висловлювання, які здатний самостійно виправити під час дискусії.
<b>Середній рівень</b>	<b>24–30 б.</b>	Здобувач вищої освіти виявляє знання й розуміння форматів цифрового контенту та базових джерел доходу медіа, але розроблений проект є поверхневим: матеріал контент-плану або фінансового плану викладено неповно, допускаються неточності у визначенні бізнесових та маркетингових понять (УТП, КРІ, канали дистрибуції). Здобувач не вміє досить глибоко й доказово обґрунтовувати комерційну життєздатність та

		окупність свого стартапу; під час пітчингу викладає матеріал непослідовно, потребує навідних запитань та допускає помилки в мовному оформленні викладу.
<b>Початковий рівень</b>	<b>менше ніж 24 б.</b> (менше порогу окупності роботи)	Здобувач вищої освіти виявляє незнання більшої частини вивченого матеріалу, не володіє професійною термінологією курсу, допускає грубі помилки у формулюванні понять, які спотворюють їхній економічний чи медійний зміст. Запропонована концепція медіапроєкту є хаотичною, фінансова модель відсутня або повністю нереалістична. Здобувач невпевнено захищає роботу, не може пояснити логіку залучення аудиторії, допускає суттєві помилки в мовному оформленні.  <i>Примітка: Робота оцінюється в 0 балів, якщо в ній наявні очевидні ознаки академічної недобросовісності (плагіат чужих медіаконцепцій, повна несанкціонована генерація проєкту штучним інтелектом без аналітичної обробки).</i>

Пропущені заняття здобувач вищої освіти має обов'язково відпрацювати. За відпрацьовані лекційні заняття оцінки не ставляться, за практичні заняття нараховуються бали середнього (4, 5, 6), достатнього (7, 8, 9) та високого рівня (10, 11, 12).

Здобувачу вищої освіти, який не виконав поточних домашніх завдань, не підготувався до навчальних занять, в журнал обліку роботи академічної групи ставиться 0 балів.

Здобувач вищої освіти, знання, уміння і навички якого на навчальних заняттях за 12-бальною шкалою оцінено від 1 до 3 балів, вважається таким, що недостатньо підготувався до цих занять і має академічну заборгованість за результатами поточного контролю.

Поточну заборгованість, пов'язану з непідготовленістю або недостатньою підготовленістю до навчальних занять, здобувач вищої освіти повинен ліквідувати. За ліквідацію поточної заборгованості нараховуються бали середнього (4, 5, 6), достатнього (7, 8, 9) та високого рівня (10, 11, 12).

Рейтингова оцінка у балах знань, умінь і навичок здобувача на навчальних заняттях з навчального (змістового) модуля обчислюється після проведення цих занять та ліквідації ним поточної заборгованості, пов'язаної з пропусками занять, непідготовленістю або недостатньою підготовленістю до них відповідно до «Положення про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (зі змінами та доповненнями)» (<https://cutt.ly/mLTb6am>).

Рейтингова оцінка за результатами успішності на навчальних заняттях обраховується за формулою:  $rk = (0,05r_{kc} + 0,4) \cdot \dot{r}k$ , де  $r_{kc}$  – середня оцінка навчальної діяльності здобувача вищої освіти на навчальних заняттях, а  $\dot{r}k$  – встановлений максимально можливий бал оцінювання результатів цього виду навчальної діяльності. В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)» ([https://drive.google.com/file/d/15qM6nA\\_NtvOZxOYz4Hzc8DZNgnAiL\\_zz/view](https://drive.google.com/file/d/15qM6nA_NtvOZxOYz4Hzc8DZNgnAiL_zz/view)).

Зарахування результатів неформальної / інформальної освіти регулюється «Порядком визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих шляхом здобуття неформальної / інформальної освіти в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка» (<https://cutt.ly/LODbDIL>).

Якщо здобувач ліквідує академічну заборгованість на засіданні комісії, яка створюється за розпорядженням декана факультету, його відповідь оцінюється за 100-бальною шкалою без урахування результатів поточної успішності.

Підсумковий рейтинг з кредитного модуля (дисципліни)

Рейтингова оцінка з кредитного модуля	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A (відмінно)	Відмінно/зараховано
82-89	B (дуже добре)	Добре/зараховано
75-81	C (добре)	
67-74	D (задовільно)	Задовільно/зараховано
60-66	E (достатньо)	
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання )	Незадовільно/незараховано
34 і менше	F (незадовільно з обов'язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)	

Перескладання рейтингових оцінок (від 60 і більше балів) з метою їх підвищення дозволяється лише у виняткових випадках за погодженням з директором інституту/деканом факультету та з дозволу ректора університету.

Рейтингова оцінка у балах знань, умінь і навичок здобувача на навчальних заняттях з навчального (змістового) модуля обчислюється після проведення цих занять та ліквідації поточної заборгованості, пов'язаної з пропусками занять, невідповідністю або недостатньою підготовленістю до них.

## 11. Література

### I. Основна література (Базова)

1. Іванов В., Волощенко О. Медіаменеджмент: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Центр вільної преси, 2021. 312 с.
2. Маквейл Д. Теорія масової комунікації / пер. з англ. О. Олексієнко. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2019. 640 с. *(Розділи про економіку медіаринку).*
3. Пул Т. Ті, що виживуть. Як створювати медіа, які читають і фінансують / пер. з англ. Київ : Наш Формат, 2022. 248 с.
4. Халл К. Контент-маркетинг: Створення та реалізація ефективної стратегії в цифрову епоху. Харків : Фабула, 2020. 320 с.
5. Шевченко Н. В. Цифрові медіа та архітектура сучасного контенту: монографія. Київ : Паливода, 2023. 215 с.
6. Jarvis J. What Would Google Do? / Джефф Джарвіс. Нью-Йорк : HarperCollins, 2018. 272 р. *(Актуально для розуміння платформної економіки).*

### II. Допоміжна література

1. Бутиріна М. В. Мас-медійна екосистема: трансформація контенту та комунікативних практик. Дніпро : Середняк Т. К., 2019. 184 с.
2. Вайберг А. Останні дні журналістики: Трансформація медіабізнесу та нові моделі доходів. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 296 с.
3. Котлер Ф., Картаджая Х., Сетіаван І. Маркетинг 5.0. Технології для людства / пер. з англ. Київ : Лабораторія, 2022. 256 с.

4. Кумбс Т. Управління цифровими комунікаціями та медіапроектами. Київ : К.І.С., 2020. 340 с.

5. Остервальдер О., Пінье І. Створення бізнес-моделей: Настільна книга стратега і новатора / пер. з англ. Київ : Наш Формат, 2018. 288 с. (*Обов'язково для проектування медіастартів*).

6. Яненко Я. В. Медіамаркетинг та брендинг у цифровому середовищі: навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2022. 165 с.

### **III. Інформаційні ресурси, бази даних та онлайн-платформи**

1. Детектор медіа — провідний український аналітичний ресурс про медіаринок, трансформації контенту та фінансові моделі редакцій. URL: <https://detector.media/>

2. canva.com / Mailchimp / Substack Академії — практичні освітні блоги та інструментальні гайди з дистрибуції контенту, емейл-маркетингу та монетизації розсилок.

3. Google Analytics Academy — офіційні навчальні курси від Google з вебаналітики та роботи з метриками GA4. URL: <https://analytics.google.com/analytics/academy/>

4. Media Development Foundation (MDF) — українська організація, що досліджує медіаменеджмент, фінансову сталість регіональних медіа, краудфандинг та інновації. URL: <https://www.mediadev.foundation/>

5. Nieman Journalism Lab (Harvard University) — провідний світовий дослідницький центр, що фіксує інновації в бізнес-моделях цифрових медіа, технологіях контенту та майбутньому журналістики. URL: <https://www.niemanlab.org/>

6. Reuters Institute for the Study of Journalism (Oxford University) — щорічні звіти про цифрові новини (Digital News Report), тенденції медіабізнесу та стратегії монетизації підписок. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>