

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

**Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з методичної роботи

 **Ярослав ШТАНЬКО**
“ 29 ” 08 2025 р.

МОНЕТИЗАЦІЯ КОНТЕНТУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма:	Реклама та зв'язки з громадськістю
Освітній рівень:	(перший) бакалаврський
Статус дисципліни:	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська

**Івано-Франківськ
2025**

РОЗРОБНИК:

викладач Кафедри журналістики,
реклами і зв'язків з громадськістю



Тарас МАЛИЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні Кафедри журналістики,
реклами і зв'язків з громадськістю,
Протокол № 1 від 27 серпня 2025 р.
Завідувач кафедри



Інна ВАРВАРУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП/ОНП



Віра КАЧМАР

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 29.08.2025 р.

e-mail	taras.malyi@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	<u>кафедра журналістики,</u> <u>реклами та зв'язків з громадськістю</u>
Посилання на сайт	https://ukd.edu.ua
Сторінка курсу в СДО	https://online.ukd.edu.ua/course/view.php?id=7490

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни

Мета курсу «Монетизація контенту» полягає у формуванні в студентів системного розуміння економічних механізмів функціонування медіа в історичній та сучасній перспективі. Також курс спрямований на набуття практичних навичок застосування інструментів монетизації контенту, що зазнають впливу цифрових трансформацій, кризових контекстів і змін в алгоритмах соціальних мереж. Студенти повинні розуміти, як активний розвиток креативної економіки впливає на професію журналіста та автора контенту, а також чому сучасні медіа орієнтовані на динамічні конкурентні стратегії розвитку.

Завдання курсу передбачають: ознайомлення з еволюцією моделей монетизації від традиційних до новітніх цифрових форматів; дослідження сучасних моделей монетизації та аналіз їх впливу на ринок медіа; формування практичних умінь моделювати власні стратегії монетизації контенту.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**: які інноваційні інструменти здатні допомогти медіа чи автору контенту монетизувати власну роботу та яке правове підґрунтя їх застосування створене для цього в Україні.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **вміти**: аналізувати ефективність різних моделей монетизації та пропонувати оптимальні стратегії для конкретного медіапроєкту.

В підсумковій роботі студент повинен реалізувати отримані знання у вигляді концепції проєкту із чітко визначеними моделями монетизації, врахувати економічні, технологічні та правові умови та представити результати у формі публічної презентації з обговоренням.

Компетентності та результати навчання, яких набувають здобувачі освіти внаслідок вивчення навчальної дисципліни (шифри та зміст компетентностей та програмних результатів навчання вказано відповідно до ОПП “Реклама та зв’язки з громадськістю” (2024/2025).

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
ЗК_01_Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	ПРН2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції
ЗК_02_Знання і розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	ПРН3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
ЗК_04_Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	ПРН6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків
ЗК_05_Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій	ПРН10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
ЗК_06_Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою
ЗК_07_Здатність працювати в команді.	
ЗК_08_Здатність навчатись та оволодівати сучасними знаннями	
СК_01_Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.	
СК_04_Здатність організовувати й	

контролювати командну професійну діяльність	
---	--

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	4		
Семестр	7		
Кількість кредитів ЄКТС	6		
Аудиторні навчальні заняття		денна форма	заочна форма
	лекції	0 (в годинах)	0 (в годинах)
	семінари, практичні	84 (в годинах)	16 (в годинах)
Самостійна робота		96 (в годинах)	164 (в годинах)
Форма підсумкового контролю	екзамен		

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст практичних занять

Тема 1. Історія монетизації медіаконтенту: від друкованої преси до цифрової епохи (8 год.)

Аналіз класичних бізнес-моделей у друкованих та електронних медіа. Інструменти завдяки яким журналісти, письменники та інші креатори монетизовували свої твори. Практикум з дослідження економіки медіа впродовж історії їх розвитку.

Тема 2. Як медіа перевиначають себе у добу цифрових трансформацій (8 год.)

Зі зростанням доступності швидкісного інтернету та популярністю соціальних мереж журналістика втратила монополію на інформування.

Потреба в цифровій трансформації масмедіа спричинилася до появи гібридних моделей традиційних та нових цифрових форматів.

Аналіз процесів змін в українських та міжнародних медіа. Як війни та кризи (зокрема, пандемія коронавірусної хвороби) впливають на появу нових підходів і форматів.

Тема 3. Економіка креаторів: блогінг, подкастинг, стримінгові платформи (8 год.)

Сфера медіа як частина креативної економіки. Креативні індустрії в Україні до та під час війни. Впливи індивідуального контентмейкерства на розвиток медіаринку. Креатори та інфлюенсери — це одне і те ж? Моделювання стратегії монетизації для власних цифрових проєктів.

Тема 4. Алгоритми соціальних мереж і журналістика: чи можливо зберігати стандарти та рекламодавців у гонитві за вподобаннями і реакціями? (8 год.)

Як динамічні зміни в роботі соціальних мереж впливають на роботу масмедіа. Чинники, які впливають на вибір рекламодавця. Партнерства та спеціальні проєкти.

Тема 5. Пейвол, як модель монетизації цифрових медіа. Досвід західних та українських медіа (12 год.)

Глобальні медіа західного світу успішно трансформувалися відповідно до вимог часу і монетизували свої послуги завдяки платному доступу до

контенту. Переваги різних типів пейволів: «жорсткий», «гнучкий», «гібридний» та інших — комбінованих варіацій. Кейс-аналіз прикладів медіа з різними моделями доступу: The New York Times, The New Yorker, The Economist та інші. Успішний і негативний досвід впровадження пейволу в українських медіа: NV, LIGA.net, УП.

Виклики впровадження пейволів в умовах низької платоспроможності аудиторії та конкуренції з безкоштовним контентом.

Тема 6. Грантова підтримка, краудфандинг та система донатів у ЗМІ (8 год.)

Роль донорських програм і платформ (Patreon, Kickstarter, BuyMeACoffee) на етапах становлення медіа. Ризики пов'язані з грантовою підтримкою та етап переходу до спроможності медіа розвиватися самостійно. Практикум зі створення грантової заявки або кампанії донатів.

Тема 7. Альтернативні моделі монетизації (10 год.)

Цифрові медіа шукають моделі монетизації, які виходять за межі вже класичних інструментів (реклама, пейвол, гранти). Практикум з аналізу: клубних підписок — закриті спільноти для яких створюються спеціальні формати (подкасти, розсилки, відео); платних Telegram-каналів з персоналізованим і швидким доступом до ексклюзивного контенту, актуального для нішевих тем; брендovanі колаборації і нативна реклама; NFT та AI-контент.

Тема 8. Правове регулювання, пов'язане з монетизацією медіа в Україні (8 год.)

Правова база в межах якої розвиваються відносини креатора контенту з державою. Переваги які отримують блогери чи креатори контенту, які реєструють власне медіа. Чи потрібно створювати ФОП або юридичну особу для того, щоб зареєструвати медіа?

Зміст самостійної роботи студентів

1. Опрацювання рекомендованої літератури з предмету «Монетизація контенту». **(8 год.)**
2. Знайти приклади успішних та провальних спроб трансформації традиційних масмедіа в цифрові. **(8 год.)**
3. Приклади найуспішніших в сенсі монетизації українських подкастів та блогів. **(10 год.)**

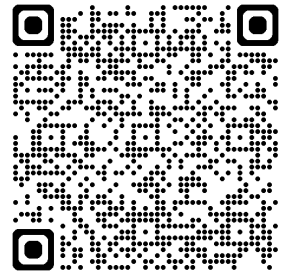
Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни

Найменування видів робіт	Розподіл годин	
	денна форма	заочна форма
Самостійна робота, год, у т.ч.:	96	164
Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	0	0
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів	34	42
Підготовка звітів з практичних робіт	20	44
Підготовка до поточного контролю	22	46
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	20	32

ПОЛІТИКА КУРСУ

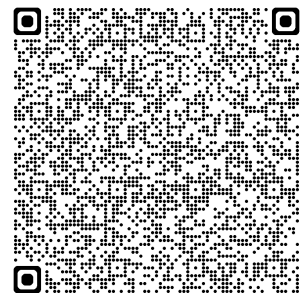
1) щодо системи поточного і підсумкового контролю

Організація поточного та підсумкового семестрового контролю знань студентів, проведення практик та атестації, переведення показників академічної успішності за 100-бальною шкалою в систему оцінок за національною шкалою здійснюється згідно з “Положенням про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти”. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



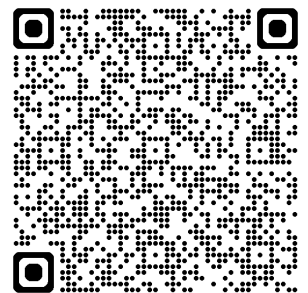
2) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



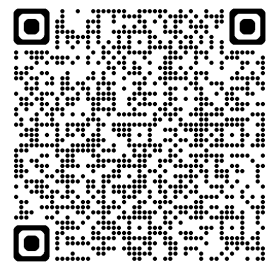
3) щодо відпрацювання пропущених занять

Згідно “Положення про організацію освітнього процесу” здобувач допускається до семестрового контролю з конкретної навчальної дисципліни (семестрового екзамену, диференційованого заліку), якщо він виконав усі види робіт, передбачені на семестр навчальним планом та силабусом/робочою програмою навчальної дисципліни, підтвердив опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримав ≥ 35 бали), відпрацював визначені індивідуальним навчальним планом всі лекційні, практичні, семінарські та лабораторні заняття, на яких він був відсутній. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



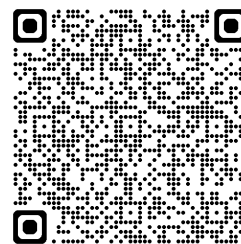
4) щодо дотримання академічної доброчесності

“Положення про академічну доброчесність” закріплює моральні принципи, норми та правила етичної поведінки, позитивного, сприятливого, доброчесного освітнього і наукового середовища, професійної діяльності та професійного спілкування спільноти Університету, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



5) щодо використання штучного інтелекту

“Положення про академічну доброчесність” визначає політику щодо використання технічних засобів на основі штучного інтелекту в освітньому процесі. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).¹ “Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації та фальсифікації академічних творів” містить рекомендації щодо використання в академічних текстах генераторів на основі штучного інтелекту. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



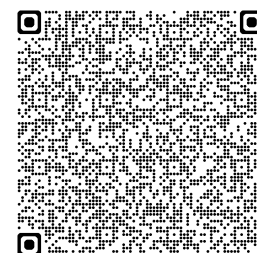
6) щодо використання технічних засобів в аудиторії та правила комунікації

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). На гаджетах повинен бути активований режим «без звуку» до початку заняття. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анулюється без права перескладання.

Комунікація відбувається через електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle.

7) щодо зарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти

Процедури визнання результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти визначаються «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти». Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).²



¹ визначається політика використання ШІ в навчальній дисципліні - дозволене/заборонене, правила використання

² визначається перелік електронних та інших ресурсів та умови перезарахування

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця.

Програмний результат навчання	<u>Метод навчання</u>	<u>Метод оцінювання</u>
ПРН2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	бесіда бесіда-діалог творчий	усний контроль програмований контроль
ПРН4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	комп'ютерні і мультимедійні методи індуктивний	програмований контроль поточний контроль
ПРН7. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.	бесіда мозковий штурм	самооцінювання
ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.	бесіда-діалог	усний контроль
ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.	комп'ютерні і мультимедійні методи творчий	самооцінювання
ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.	творчий проблемно-пошуковий мозковий штурм рольові і ділові ігри	портфоліо програмований контроль
ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.	творчий дискусія, диспут рольові і ділові ігри	самооцінювання
ПРН17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.	творчий комп'ютерні і мультимедійні методи	портфоліо

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Контрольні заходи³

(в разі потреби - розділити за семестрами)

<i>Вид</i>	<i>Зміст⁴</i>	<i>% від загальної оцінки</i>	<i>Бал</i>	
			<i>min</i>	<i>max</i>
Поточні контрольні заходи				
	всього	60	35	60
Підсумкові контрольні заходи		40	25	40
Всього:		100	60	100

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали - “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів), без права перездачі. Відпрацьоване лекційне заняття в електронному журналі позначається літерою «в».⁵

Критерії оцінювання⁶ (за необхідності, поточного та/або підсумкового контролю)

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення

³ зміст редагується залежно від наповнення дисципліни

⁴ у випадку наявності видів роботи, які оцінюються окремо (проект, завдання тощо) прописується в окремому рядку; за відсутності - одним рядком визначається вся сукупність аудиторної роботи (опитування, поточні контрольні тощо) та визначається стандартне значення балів (35/60)

⁵ можна вказати теми чи завдання, які є обов'язковими до виконання, а також особисті підходи до оцінювання рівня знань здобувачів під час аудиторної роботи

⁶ критерії вказуються згідно з особливостями дисципліни.

дисципліни впродовж наступного навчального семестру. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно з **Шкалою оцінювання знань за ЄКТС**) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою	Рівень досягнень, %	Шкала ECTS
Національна диференційована шкала		
Відмінно	90 – 100	A
Добре	83 – 89	B
	75 – 82	C
Задовільно	67 – 74	D
	60 – 66	E
Незадовільно	35 – 59	FX
	0 – 34	F
Національна недиференційована шкала		
Зараховано	60 – 100	-
Не зараховано	0 – 59	-

Студенти, які не з'явилися на заліки/екзамени без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Данилюк Д. Хто такий креатор [Електронний ресурс]. 2021. Режим доступу: <https://is.gd/0iYrif>
2. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі. Київ: Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України, 2018.
3. Зеленчук В. Блогери, які хочуть бути медіа: реєстрація та податки [Електронний ресурс]. 2024. Режим доступу: <https://is.gd/Rbnggc>
4. Колесник Ю. Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів. Київ: Streto vych, 2024.
5. Кудрявський М. Медіагроші під час війни: 4 нестандартні способи монетизації в українських онлайн-ЗМІ [Електронний ресурс]. 2022. Режим доступу: <https://is.gd/GNrXjV>
6. Мицко Л. Екосистема монетизації. Як медіа заробляти гроші за допомогою соцмереж [Електронний ресурс]. 2023. Режим доступу: <https://is.gd/XZZQoy>
7. Михед О. Бачити, щоб бути побаченим: реаліті-шоу, реаліті-роман та революція онлайн. Київ: ArtHuss, 2016.
8. Нановська В. Як обрати найкращу модель монетизації для свого медіа? Оглядаємо можливі варіанти [Електронний ресурс]. 2023. Режим доступу: <https://is.gd/kRj6KD>
9. Померанцев П. Це не пропаганда: Подорож на війну проти реальності / пер. з англ. О. Форостина. Київ: Yakaboo Publishing, 2020.
10. Померанцев П. Як виграти інформаційну війну. Пропагандист, який перехитрив Гітлера. Чернівці: Меридіан Черновіц, 2025.

11. Рябоштан І. Монетизація медіа: як працювати з рекламою, пейволом, передплатою та цифровими інструментами [Електронний ресурс]. 2021. Режим доступу: <https://is.gd/YVpEFb>
12. Цаценко Ж. Як розпізнати діджитал-креатора. Гайд в історію діджитал-креаторства: від перших роликів на ютубі — до віртуальних світів у метаверсі [Електронний ресурс]. 2023. Режим доступу: <https://is.gd/voUx7P>
13. Цаценко Ж. Як побудований ринок цифрового мистецтва [Електронний ресурс]. 2023б. Режим доступу: <https://is.gd/sO3wPc>

Додаткова література

1. Закон України «Про доступ до публічної інформації». 2023.
2. Закон України «Про інформацію». 2023.
3. Закон України «Про медіа». 2023.
4. Донорське поле підтримки для медіа в Україні: дослідження громадської організації «Львівський медіафорум» [Електронний ресурс]. 2024. Режим доступу: <https://is.gd/fnReom>
5. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільно-політичної та економічної тематики: дослідження Центру вдосконалення економічної журналістики при Київській школі економіки [Електронний ресурс]. 2019. Режим доступу: <https://is.gd/j0BSY5>
6. Потреби та очікування стейкхолдерів української медіаіндустрії: дослідження ГО «Має Сенс» [Електронний ресурс]. 2025. Режим доступу: <https://is.gd/XulrR8>
7. Клековкіна П. «Якщо твій контент змушує зупинитись хоча б на 1 секунду — це вже win» [Електронний ресурс]. 2023. Режим доступу: <https://is.gd/pOnkee>
8. Цаценко Ж. Потенціал AI для креативних задач [Електронний ресурс]. 2023. Режим доступу: <https://is.gd/z1HIX5>

Електронні інформаційні ресурси

1. Академія Української Преси – Режим доступу: www.aup.com.ua
2. Інститут Медіа Права – Режим доступу: <http://medialaw.org.ua>
3. Інститут розвитку регіональної преси – Режим доступу: РРП <http://www.irrp.org.ua>
4. Комісія з журналістської етики офіційний сайт mymedia.org.ua – програма розвитку незалежних ЗМІ – Режим доступу: <http://www.cje.org.ua>
5. Михайлин І. Л. Основи журналістики. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1584072024050/zhurnalistika/osnovi_zhurnalistiki
6. Проект MediaSapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua>
7. Семак Б.Б. Дистанційний курс з дисципліни “Організація роботи прес-служби” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://virt.lac.lviv.ua/cours/view.php?id=1355>
8. Телекритика – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua>
9. Університет медіаграмотності – Режим доступу: <https://www.facebook.com/mediauniversity>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА

1. «25 істин YouTube-креатора» — курс про YouTube від креативної агенції YOUTA, що веде канали для бізнесів і блогерів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://is.gd/K5sLOV>
2. Дистанційний навчальний курс «Медіаграмотність для громадян» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://irex.mocotms.com>
3. Журнал «PR Week» [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.prweek.com
4. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://imi.org.ua>
5. Каталог курсів від Prometheus [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://prometheus.org.ua/courses-catalog>

6. Курси з медіаграмотності та цифрових навичок на EdEra [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://is.gd/4Eq5wc>
7. Освітньо-аналітичний портал про медіа «Medialab» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://medialab.online>
8. Офіційний сайт Української асоціації зі зв'язків з громадськістю [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.uapr.com.ua
9. Прес-секретар Президента України [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Прессекретар_Президента_України
10. Типова посадова інструкція головного спеціаліста із забезпечення зв'язків із засобами масової інформації (прес-секретаря) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://dsa.court.gov.ua/userfiles/Posadova%20instruc.doc>
11. Columbia Journalism Review [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.cjr.org
12. International Public Relations Association (IPRA) [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.ipra.org
13. Media Education Foundation [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.mediaed.org
14. SKVOT — онлайн-курси та журнал про креативні індустрії [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://is.gd/1BT2cW>.