ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчально-методичної роботи
_____ Ярослав ШТАНЬКО
"31" серпня 2026 р.

МОНЕТИЗАЦІЯ КОНТЕНТУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань:	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Спеціальність:	для усіх спеціальностей
Освітньо-професійна програма:	для усіх освітньо-професійних програм
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни:	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська
Семестр викладання	VII

Івано-Франківськ
2026

РОЗРОБНИК:
асистент кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю Тарас МАЛИЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю
протокол № 1 від 27 серпня 2026 р.
т. в. о. завідувача кафедри Інна ВАРВАРУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП Інна ВАРВАРУК

СХВАЛЕНО:
на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 31.08. 2026 р.

e-mail	taras.malyi@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, 316 каб.
Посилання на сайт	Тарас Малий
Сторінка курсу в СДО	Монетизація контенту

ВСТУП
Анотація навчальної дисципліни «Монетизація контенту»

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 "Журналістика та цифрові комунікації"**.

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень	ПРН2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.	
ЗК1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.	ПРН4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	ПРН7. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
ЗК7. Здатність працювати в команді.	ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
ЗК8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.	ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.	ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.	ПРН17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.
СК2. Здатність формувати інформаційний контент.	
СК3. Здатність створювати медіапродукт.	
СК4. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.	
СК5. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.	

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 перевинаходять 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 (10 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 робочі 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 (8 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 (10 год)

Роль донорських програм і платформ (Patreon, Kickstarter, BuyMeACoffee, Monobase) 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; брендовані 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 здобувачів
Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни:

Найменування видів робіт	**Розподіл годин за формами навчання**	
	денна	**заочна**
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

Коротко, з покликанням на відповідну нормативну базу УКД, висвітлити питання:

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.*

Під час вивчення навчальної дисципліни ***«Монетизація контенту»*** *здобувачі використовують ШІ:*

1) як інструментарій для генерації відео контенту за темою свого відеоесею (якщо не вимагається оригінальна власна зйомка); генерації зображень для ілюстрації презентацій, візуалізацій до доповідей, до медійного

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

контенту;

2) для опрацювання великих даних (кількісних та якісних);

3) для транскрибації інтерв'ю;

4) для створення субтитрів та перекладів тексту іншими мовами;

5) для драфт-скриптів;

6) голосовий супровід оригінального відео контенту;

7) очищення звуку, обробка відео та фото матеріалів.

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, окрім виробничої необхідності. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анульовується без права перескладання. Ознайомитись з відповідним документом можна за посиланням.

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]

Під час вивчення навчальної дисципліни "Нон-фікшн наратив" студентам надається можливість перерахування неформальної освіти. До прикладу, із запропонованого переліку можна пройти сертифіковані (безкоштовні) курси на освітніх платформах, відтак сертифікат, який отримали під час навчання, – є підтвердженням засвоєння студентом окремих тем, що включені у зміст дисципліни.

№ п/п	Перелік сертифікованих (безкоштовних) онлайн-курсів	Перелік тем, які можуть бути перераховані (за умови наявності сертифіката на ім'я та прізвище студента/студентки)
1.1	Це вам не клікбйт! Онлайн-курс про те, як трактувати соціологічні	Тема 4. Алгоритми соціальних мереж і журналістика: чи можливо зберігати стандарти та рекламодавців у гонитві за

[2] визначається перелік електронних та інших ресурсів та умови перезарахування

	дослідження	вподобаннями і реакціями?
2	Цифрові медіа та маркетингові стратегії	Тема 2. Як медіа перевинаходять себе у добу цифрових трансформацій

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	Метод навчання	Метод оцінювання
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	творчий проблемно-пошуковий мозковий штурм рольові і ділові ігри	портфоліо програмований контроль

жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.		
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

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНІ РЕСУРСИ

Для вивчення навчальної дисципліни «Монетизація контенту» необхідно:

1) проєктор або інший мультимедійний екран для демонстрації відеоесеїв, архівних матеріалів та презентацій;

2) доступ до генеративних моделей ШІ (платформи для роботи з текстом, зображеннями та відео, такі як Gemini та ін.) для виконання практичних завдань;

3) програмне забезпечення для відеомонтажу (наприклад, Adobe Premiere Pro або безкоштовні аналоги типу CapCut) для створення підсумкових відеопроєктів;

4) диктофони або смартфони з якісними мікрофонами для проведення навчальних інтерв'ю та збору первинного документального матеріалу;

5) хмарні сховища даних (Google Drive) для спільного доступу до великих відеофайлів та групової роботи над проєктами;

6) підписка на цифрові медіатеки та бази даних (наприклад, доступи до документальних платформ або академічних ресурсів) для аналізу прикладів контенту: подкасти, блоги, стрімінгові платформи;

7) книги, що входять до програми навчального курсу.

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Вид	Зміст	% від загальної оцінки	Бал	
			min	max
Поточні контрольні заходи	Всього	60	35	60
Підсумкові контрольні заходи	екзамен	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.

Критерії оцінювання (аудиторні заняття):

«незадовільно»	володіє навчальним матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об’єктів, що позначаються окремими словами чи реченнями; володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його уривчастими реченнями, виявляє здатність висловити думку на елементарному рівні; володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу;
«задовільно»	володіє матеріалом на початковому рівні, значну частину матеріалу відтворює на репродуктивному рівні; володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, здатний за допомогою викладача логічно відтворити значну його частину; може відтворити значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, порівнювати

	та робити висновки, виправляти допущені помилки;
«добре»	здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій, частково контролювати власні навчальні дії, наводити окремі власні приклади на підтвердження певних тверджень: вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки і добирати аргументи на підтвердження певних думок під керівництвом викладача; вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, та вміє застосовувати його на практиці; вільно розв'язує задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;
«відмінно»	виявляє початкові творчі здібності, самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, оцінює окремі нові факти, явища, ідеї; знаходить джерела інформації та самостійно використовує їх відповідно до цілей, поставлених викладачем; вільно висловлює власні думки і відчуття, визначає програму особистої пізнавальної діяльності, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особисту позицію щодо них; без допомоги викладача знаходить джерела інформації і використовує одержані відомості відповідно до мети та завдань власної пізнавальної діяльності; використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях; виявляє особливі творчі здібності, самостійно розвиває власні обдарування і нахили, вміє самостійно здобувати знання.

Критерії оцінювання (підсумковий контроль) для творчого завдання, яке зосереджене довкола практичних напрацювань впродовж курсу, а в підсумку являє собою готову стратегію розвитку і монетизації контенту про особисті чи професійні інтереси студента. Підсумкова робота оцінюється за чотирма параметрами: якістю та обґрунтованістю ідеї контентного проєкту; цілісністю стратегії його розвитку та монетизації; якістю публічного представлення й аргументації запропонованих рішень; технічним та візуальним виконанням презентації.

«відмінно»	**Ідея контентного проєкту, її актуальність та обґрунтованість.** Запропонована чітка, оригінальна та реалістична ідея контентного проєкту, яка має зрозумілу цінність для визначеної аудиторії. Добре сформульовано, який контент створюватиметься, для кого він призначений і яку потребу або проблему аудиторії він вирішує. Ідея не обмежується загальним описом на кшталт

	«створювати контент про…», а має конкретний формат, тематичне спрямування та потенціал для подальшого розвитку. Студент демонструє розуміння контексту, у якому існуватиме проєкт, та може пояснити, чим він відрізняється від уже наявних аналогів. **Стратегія. Продуманість її розвитку та монетизації проєкту.** Цілісна й логічна: чітко визначені цільова аудиторія, канали поширення контенту, формати та регулярність його створення, способи залучення аудиторії. Модель монетизації обґрунтована й відповідає специфіці проєкту. Студент не просто перелічує можливі джерела доходу, а пояснює, як саме вони працюватимуть у цьому проєкті, хто платитиме, за що і на якому етапі розвитку. Враховано необхідні ресурси, потенційні витрати, ризики та можливості масштабування. Стратегія демонструє практичне застосування інструментів, розглянутих у курсі. **Публічний пітчинг.** Студент чітко, логічно та переконливо презентує проєкт, дотримується визначеного часу та послідовно розкриває його ключові складові. Під час пітчингу студент не зачитує видиму на екрані презентацію, а пояснює логіку своїх рішень, аргументує запропоновану модель монетизації та демонструє розуміння власного проєкту. Впевнено відповідає на запитання аудиторії, може пояснити слабкі місця та обґрунтувати запропоновані рішення. **Технічне виконання (якість презентації, структурування матеріалу та візуальне оформлення).** Інформація подана стисло і зрозуміло, ключові цифри, аргументи та висновки легко знайти. Візуальні матеріали допомагають сприймати зміст, а не дублюють усний виступ. Використано доречні графіки, схеми, таблиці, приклади, зображення або інші елементи. Відсутні суттєві технічні, мовні чи оформлювальні помилки.
«добре»	**Ідея контентного проєкту.** Зрозуміла, актуальна та загалом реалістична, однак їй бракує оригінальності чи вона є реплікою на вже існуючі проєкти (студентові не вдалося чітко відмежуватися від уже наявних проєктів). Студент визначає основну аудиторію та формат контенту, але непереконливо пояснює потребу аудиторії або унікальність власної пропозиції. Концепція загалом зрозуміла, проте окремі її елементи потребують подальшого опрацювання. **Стратегія** розвитку та монетизації загалом сформована, визначено основні канали поширення та джерела доходу. Частина рішень має декларативний характер: наприклад, студент перелічує рекламу, підписку, донати чи

	партнерства, але недостатньо пояснює, як саме вони працюватимуть у проєкті. Можуть бути недостатньо опрацьовані витрати, необхідні ресурси, ризики або фінансові показники. Зв'язок між ідеєю, аудиторією, контентом і моделлю монетизації простежується, але є недостатньо переконливим. **Публічний пітчинг.** Студент зрозуміло презентує основні положення проєкту, дотримується структури та загалом відповідає на запитання. Пітч переобтяжений інформацією або залежний від тексту презентації. На окремі запитання студент відповідає невпевнено або потребує додаткового пояснення. **Технічне виконання.** Презентація акуратно оформлена та загалом зручна для сприйняття, має зрозумілу структуру. Окремі слайди містять надмірну кількість тексту, бракує візуалізації даних. Є незначні мовні, технічні або оформлювальні недоліки, які не заважають загальному сприйняттю роботи.
«задовільно»	**Ідея контентного проєкту..** Ідея проєкту сформульована, але залишається загальною або недостатньо опрацьованою. Нечітко визначено цільову аудиторію, її потреби або цінність запропонованого продукту. Ідея може нагадувати вже наявні проєкти, при цьому студент недостатньо пояснює її відмінність або переваги. Окремі елементи концепції залишаються на рівні припущень. **Стратегія.** Студент називає окремі інструменти монетизації, однак між ними немає чіткого зв'язку. Модель монетизації переважно описана переліком можливих джерел доходу без достатнього пояснення механізму їх роботи. Не вистачає конкретики щодо аудиторії, каналів її залучення, витрат, необхідних ресурсів або очікуваних доходів. Стратегія має радше загальний концептуальний характер, ніж вигляд реального плану розвитку проєкту. **Публічний пітчинг.** Представлено основну ідею проєкту, але виступ неструктурований або непереконливий. Переважно спирається на текст презентації, не завжди може пояснити логіку запропонованих рішень. Відповіді на запитання є неповними або демонструють недостатнє розуміння окремих аспектів проєкту. **Технічне виконання.** Презентація містить основну необхідну інформацію, але має помітні недоліки в структурі та оформленні: надмірне використання тексту, недостатня візуалізація, нечітка ієрархія інформації, невдале компонування слайдів або технічні xb мовні помилки. Водночас презентація залишається придатною для представлення основних результатів роботи.

«незадовільно»	**Ідея контентного проєкту:** не сформульована чітко або не відповідає завданню. Незрозуміло, який саме контентний проєкт пропонується, для кого він створюється та яку цінність має. Відсутні або недостатньо обґрунтовані: актуальность, аудиторії та потенціалу проєкту. **Стратегія.** Цілісної стратегії розвитку та монетизації немає. Інструменти монетизації або невизначені, або наведені формально, без пояснення механізму їх застосування. Не простежується зв'язок між контентом, аудиторією та джерелами доходу. Відсутні необхідні розрахунки, ресурси, етапи розвитку або аргументація запропонованих рішень. **Публічний пітчинг.** Студент не може послідовно представити власний проєкт або не розуміє його ключових складових. Виступ не дає змоги аудиторії зрозуміти сутність проєкту, його цінність та економічну модель. Студент не може змістовно відповісти на основні запитання щодо запропонованої ідеї чи стратегії. **Технічне виконання.** Презентація не відповідає базовим вимогам до структури та оформлення. Може містити значні пропуски, технічні або мовні помилки, надмірну кількість тексту чи недостатню кількість необхідної інформації. Візуальне оформлення істотно ускладнює сприйняття змісту або презентація фактично не дозволяє повноцінно представити результати роботи.

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».

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 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 екзамени без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ[3]

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] обов'язково: враховувати вимоги ДСТУ 8302:2015 (відповідно до Наказу № 65, від 4.03. 2016), рекомендації Національного агентства з забезпечення якості вищої освіти, використовувати літературу за останні 5-7 років, наводити власні публікації за змістом навчальної дисципліни.

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: Stretovych, 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. Салліван Л. Віпле, ану пожмакай! Класичний посібник для творців чудової реклами. Київ: Видавництво ArtHuss, 2025.
8. 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/z1HlX5

Електронні 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.