

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**  
**Факультет журналістики**  
**Кафедра кафедра теорії і практики журналістики**

**Затверджено**

На засіданні кафедри теорії і  
практики журналістики  
факультету журналістики  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка  
(протокол № 2 від  
25 вересня 2019 р.)

Завідувач кафедри  
проф. Присяжний М.П.



**Силабус з навчальної дисципліни**  
**«Сучасний український інформаційний ринок»,**  
**що викладається в межах ОНП Журналістика**  
**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти для здобувачів**  
**з спеціальності 061 Журналістика**

Львів 2019 р.

**СИЛАБУС КУРСУ**  
**«СУЧАСНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РИНОК»**  
 2019-2020 навчального року

<b>Назва курсу</b>	«Сучасний український інформаційний ринок»
<b>Адреса викладання курсу</b>	Вул. Генерала Чупринки, 49, Львів
<b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b>	Факультет журналістики, кафедра теорії і практики журналістики
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	Галузь знань – 06 Журналістика, Спеціальність – 061 Журналістика
<b>Викладачі курсу</b>	Лубкович Ігор Маркіянович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії і практики журналістики
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<a href="https://orcid.org/0000-0002-4513-3961">https://orcid.org/0000-0002-4513-3961</a> . <a href="mailto:Ihor.Lubkovych@lnu.edu.ua">Ihor.Lubkovych@lnu.edu.ua</a> , Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, каб. 202
<b>Консультації по курсу відбуваються</b>	Консультації відбуваються у день проведення лекцій/практичних занять, а також за попередньою домовленістю. Також можливі он-лайн консультації через Skype або подібні ресурси.
<b>Сторінка курсу</b>	<a href="https://journ.lnu.edu.ua/academics/postgraduates">https://journ.lnu.edu.ua/academics/postgraduates</a>
<b>Інформація про курс</b>	Курс розроблено таким чином, щоб виробити у слухачів здатність до критичного аналізу і синтезу ідей (тверджень, положень, актуальних питань, проблем) медіаринку; виробити спроможність до формування теоретичних узагальнень, висування гіпотез, формулювання та обґрунтування концепцій щодо перспектив українського інформаційного ринку.
<b>Коротка анотація курсу</b>	Дисципліна «Сучасний український інформаційний ринок» є нормативною дисципліною з спеціальності 061 - Журналістика для освітньої програми доктор філософії, яка викладається для слухачів II курсу у третьому семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
<b>Мета та цілі курсу</b>	Метою вивчення дисципліни «Сучасний український інформаційний ринок» є виробити у слухачів готовність до професійної комунікації з приводу актуальних проблем сучасного українського інформаційного ринку; здатність провадити науковий діалог щодо проблем у сфері сучасного інформаційного ринку України ( у т. ч. на міжнародному рівні).
<b>Література для вивчення дисципліни</b>	<p style="text-align: center;"><b>Базова:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Хаб'юк О. Концептуальні основи медіаекономіки : Монографія // О. Хаб'юк. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.</li> <li>Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие // Е. Вартанова. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 335 с.</li> <li>Хоркхаймер М., Адорно Т. Индустрия культуры /в кн.: Диалектика просвещения. Доступно: <a href="http://culturca.narod.ru/adorno.htm">http://culturca.narod.ru/adorno.htm</a></li> </ol>

	<p style="text-align: center;"><b>Допоміжна</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы медиабизнеса: Учебн. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Вартановой. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 360 с.</li> <li>2. Гуревич С. Экономика средств массовой информации: Учеб. пособие для вузов // С. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 288 с.</li> <li>3. Вейсберг- К. - 2003 М. Газетный редактор в роли менеджера и предпринимателя. Как перейти от бюджетного финансирования к самостоятельному зарабатыванию денег на газетном рынке.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>15. Інформаційні ресурси</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="http://ua.ejo-online.eu/category">http://ua.ejo-online.eu/category</a></p> <p style="text-align: center;"><b>Періодичні видання</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Актуальні питання масової комунікації</li> <li>2. Вісник Львівського університету. Серія: журналістика</li> <li>3. Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника</li> <li>4. Збірник праць Науково-дослідного центру періодики</li> <li>5. Наукові записки Інституту журналістики</li> <li>6. Теле- та радіожурналістика</li> <li>7. Українське журналістикознавство</li> </ol>
<b>Тривалість курсу</b>	Курс складається з 90 год.
<b>Обсяг курсу</b>	32 год. лекційних занять, 16 год. семінарських занять та 42 год. самостійної роботи. Тижневе навантаження студента складає 2 год. аудиторних занять.
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>Після завершення цього курсу студент буде :</p> <p><i>знати:</i> чинники формування сучасного інформаційного ринку України; особливості сучасного українського інформаційного ринку; переваги газетної, телевізійної, радіої та інтернет-інформації особливості учасників інформаційного ринку; тенденції розвитку інформаційного ринку; суть переваг лідерів розвитку інформаційного ринку; тенденції розвитку українського інформаційного ринку; недоліки розвитку інформаційного ринку; ситуацію на сучасному українському інформаційному ринку; особливості конкуренції між учасниками інформаційного ринку; перспективи розвитку українського інформаційного ринку</p> <p>та <i>вміти:</i> оцінювати ситуацію на медіаринку; оцінювати переваги кожного з учасників медіа ринку; оцінювати роль зарубіжних учасників медіа ринку; враховувати особливості кожного учасника медіаринку; визначати пріоритетні складові медіабізнесу та його перспектив; встановлювати й коригувати цінову політику редакції; пояснювати економічний курс кожного виду медіа за його продукцією; визначати економічний курс кожного виду медіа; застосовувати знання про ситуацію на сучасному українському інформаційному ринку у науково-дослідницькій діяльності; застосовувати знання про</p>

	особливості конкуренції між учасниками інформаційного ринку у науково-дослідній діяльності; застосовувати розуміння перспектив розвитку українського інформаційного ринку у науково-дослідній діяльності.
<b>Ключові слова</b>	Інформаційний ринок, медіабізнес, науково-дослідницька діяльність, теорія і практика журналістики.
<b>Формат курсу</b>	Очний. Для кращого розуміння тем проведення лекцій та семінарських занять.
<b>Теми</b>	<p><b>Змістовий модуль 1. Особливості українського інформаційного ринку</b></p> <p>Тема 1. Зміст поняття «інформаційний ринок»</p> <p>Тема 2 . Складові інформаційного ринку України</p> <p><b>Змістовий модуль 2. Історія формування інформаційного ринку України</b></p> <p>Тема 3. Історія формування інформаційного ринку України</p> <p><b>Змістовий модуль 3. Зовнішні чинники впливу на український інформаційний ринок</b></p> <p>Тема 4. Використання в Україні міжнародного досвіду формування інформаційного ринку</p> <p>Тема 5. Вплив міжнародної ситуації на формування інформаційного ринку України.</p> <p>Тема 6. Інформаційні війни</p> <p><b>Змістовий модуль 4. Конкуренція на інформаційному ринку.</b></p> <p>Тема 7. Конкуренція на інформаційному ринку.</p> <p><b>Змістовий модуль 5. Тенденції розвитку українського інформаційного ринку.</b></p> <p>Тема 8. Тенденції розвитку українського інформаційного ринку.</p> <p style="text-align: center;"><b>Теми семінарських занять</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Зміст поняття «інформаційний ринок»</li> <li>2.Складові інформаційного ринку України</li> <li>3.Історія формування інформаційного ринку України</li> <li>4.Використання в Україні міжнародного досвіду формування інформаційного ринку</li> <li>5. Вплив міжнародної ситуації на формування інформаційного ринку України</li> <li>6. Інформаційні війни</li> </ol>

	<p>7.Конкуренція на інформаційному ринку 8.Тенденції розвитку українського інформаційного ринку</p>
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Іспит в кінці семестру у вигляді тестів
<b>Пререквізити</b>	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з журналістикознавчих дисциплін, достатніх для сприйняття категоріального апарату доктора філософії зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики
<b>Навчальні методи та техніки під час викладання курсу</b>	Лекції, семінарські, консультування, дискусії
<b>Необхідне обладнання</b>	Із урахуванням особливостей навчальної дисципліни, вивчення курсу може не потребувати використання програмного забезпечення, крім загальноновживаних програм і операційних систем.
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <p>Поточний контроль відбувається наприкінці кожного змістового модуля (1 змістовий модуль – 10 балів, 2 змістовий модуль – 5 балів, 3 змістовий модуль – 20 балів, 4 змістовий модуль – 10 балів, 5 змістовий модуль – 5 балів. Оцінки аспіранти отримують за поточне тестування та виконання самостійної роботи.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• іспит у вигляді тестування. Максимальна кількість балів – 50.</li> </ul> <p>У відсотковому відношенні – це:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практичні/самостійні тощо : 25%</li> <li>- контрольні заміри (модулі): 25%</li> <li>- іспит/залік: 50%</li> </ul> <p>Підсумкова максимальна кількість балів – 100.</p> <p><b>Письмові роботи:</b> Очікувано, що аспіранти виконають хоча б 1 письмову роботу (медіадослідження, наукова стаття або тези виступу на конференції).</p> <p><b>Академічна доброчесність</b> є обов'язковою умовою зарахування завдань. Відсутність посилань на використані джерела, будь-яке фабрикування, джерел, плагіат будь-якої частини тексту є проявом академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Оцінюванню підлягають лише оригінальні дослідженнями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p><b>Відвідування занять</b> є важливою складовою навчання. Слухачі в обов'язковому порядку повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Аспіранти зобов'язані дотримуватися усіх строків, що визначені для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</p> <p><b>Література.</b> Усю літературу для забезпечення вивченню курсу аспіранти опрацьовують самостійно. Заохочуються до</p>

	<p>використання також й іншої літератури та джерел, яких немає у переліку рекомендованих.</p> <p><b>Політика виставлення балів.</b> Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні (контрольній), самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття, якщо це не пов'язано з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p>
<b>Питання до заліку чи екзамену.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розкрийте міст поняття «інформаційний ринок».</li> <li>2. Які складові інформаційного ринку України ви знаєте?</li> <li>3. Як відбувалося формування інформаційного ринку України?</li> <li>4. Які складові медіабізнесу?</li> <li>5. Що є товаром у медіа бізнесі?</li> <li>6. Як відбувається використання в Україні міжнародного досвіду формування інформаційного ринку?</li> <li>7. Яким є вплив міжнародної ситуації на формування інформаційного ринку України?</li> <li>8. Що таке інформаційні війни?</li> <li>9. Етапи розвитку інформаційного ринку в Україні.</li> <li>10. Що таке інформаційна асиметрія у формуванні інформаційного простору?</li> <li>11. Які вам відомі дослідники медіаринку?</li> <li>12. Методологія дослідження інформаційного ринку в Україні?</li> <li>13. Спільне і відмінне у вітчизняному медіаринку і медіаринку за кордоном.</li> <li>14. Медіаринок і конкуренція.</li> <li>15. Приклади успішного медіа бізнесу.</li> </ol> <p>Опублікована (прийнята до друку) наукова стаття у фаховому виданні – до 50 балів.</p> <p>Опубліковані (прийняті до друку) тези на всеукраїнській конференції – до 30 балів.</p>
<b>Опитування</b>	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу може бути надано по завершенню курсу.