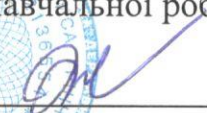


Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа



**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

  
О. Б. Жильцов  
2021 року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ:

#### МЕДІАЕКОНОМІКА

для студентів:

галузі знань	06 Журналістика
спеціальності	061 Журналістика
рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
освітньої програми	061.00.05. <u>Міжнародна журналістика</u>



Київ – 2021 рік

**Розробники:** Бикова О.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

**Викладачі:** Яценко В.О., викладач кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від «30» серпня 2021 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  В.О. Гандзюк

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи)


\_\_\_\_ . \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (О. М. Бикова)

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_ . \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20 \_\_\_\_ /20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_ /20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_ /20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_ /20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
<b>Медіаекономіка</b>		
	Денна	
Вид дисципліни	<b>обов'язкова</b>	
Мова викладання, навчання та оцінювання	<b>Українська</b>	
Курс	<b>3</b>	
Семестр	<b>5</b>	
Кількість змістових модулів з розподілом:	<b>3</b>	
Обсяг кредитів	<b>3</b>	
Обсяг годин, в тому числі	<b>90</b>	
Аудиторні	<b>42</b>	
модульний контроль	<b>6</b>	
семестровий контроль		
самостійна робота	<b>28</b>	
форма семестрового контролю	<b>Залік</b>	

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в галузі журналістики.

Метою викладання дисципліни є ознайомлення студентів із основними принципами функціонування медіаекономіки і медіапланування в різних галузях (друковані ЗМІ, радіо, телебачення, нові медіа), ціновою політикою медіаіндустрії; формування практичних навичок для самостійного аналізу медіаринку, а також – розуміння функціонування ринкової системи медіа в сучасних умовах.

Завданням курсу є:

- сформувати у здобувачів уявлення про ЗМІ як систему, що діє в рамках господарських і економічних зв'язків при специфічній організації праці і в умовах особливого, нетрадиційного для звичайної економіки, ціноутворення та споживання;
- ознайомити студентів із принципами функціонування медіаекономіки в різних галузях (преса, радіо, телебачення, нові медіа);
- навчити навичкам дослідження медіаринку – пошуку, збору, аналізу інформації, необхідної для використання в подальшій професійній роботі аналітика і журналіста;
- формувати розуміння ключових відмінностей державної економічної політики в галузі медіа різних країн світу, основних особливостей регулювання економіки медіа (регулювання концентрації, національної ідентичності в медіа тощо).

## 3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Унаслідок вивчення курсу «Медіаекономіка» студент знатиме: специфіку та характеристики медіа як галузі економіки; зміст економічних процесів та економічних відносин у медіагалузі; особливості застосування економічних регуляторів у діяльності медіапідприємств; загальні та специфічні особливості розвитку світового медіаринку; зміст та особливості сучасних світових медіасистем; основні бізнес-моделі та джерела їх фінансування.

Студент умітиме: аналізувати сучасні зарубіжні медіаконцепції та практику діяльності медіа; орієнтуватись у сучасних аспектах функціонування вітчизняних і зарубіжних медіа; аналізувати основні економічні процеси на світовому медіаринку; визначати актуальні проблеми міжнародної медіаекономіки та формулювати пропозиції щодо їх вирішення; працювати з аналітичною інформацією (статистичні дані, звіти, аналітичні огляди).

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетенції**:

**фахові:**

- журналістські;

**загальні:**

- аналітичні;
- комунікативні;
- психологічні;
- самоосвітні.

Вивчення курсу формує такі компетентності: **загальні (ЗК2** - здатність критично мислити; ЗК 4 – здатність до аналізу комунікаційних процесів, якості інформації та її відповідності об'єктивній дійсності; ЗК7 – здатність до формулювання суджень та ухвалення рішень; ЗК10 – здатність до оцінки міжнародних політичних процесів, історичного та культурного контексту події, тенденцій розвитку міжнародних відносин); **фахові (ФК-2** – Здатність до аналізу та прогнозування інформаційних потреб медіаринку, **ФК-3** – Здатність до визначення економічної доцільності діяльності окремих ЗМІ, медіахолдингів; **ФК-8** – Здатність до критичної оцінки журналістської діяльності; **ФК-13** – Здатність застосовувати основні поняття міжнародної інформації та комунікації, уміння використовувати сучасні джерела отримання інформації в умовах міжкультурної комунікації).

ПРН3 – Використовувати сучасні інформаційні технології для роботи з джерельною базою у процесі фахової діяльності.

ПРН8 – Аналізувати будь-який медійний продукт, оцінювати його на основі соціокультурних, міжкультурних та контекстних критеріїв.

ПРН12 – Прогнозувати тенденції сучасного медіа-ринку певного соціально-економічного регіону.

ПРН16 – Вміти оцінювати економічний контекст роботи ЗМІ, прогнозувати напрямки підвищення економічної ефективності.

## 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторні				Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	
<b>Змістовий модуль 1. Основи медіаекономіки</b>						
Тема 1. Основні поняття медіаекономіки. Специфіка медіаіндустрії та медіа як товару	<b>4</b>	2	2			
Тема 2. Еволюція поняття, цілей та структури медіа-економіки як галузі науки	<b>4</b>	2	2			
Тема 3. Теоретико-методологічний інструментарій економічної теорії та дослідження медіаекономіки	<b>4</b>	2	2			
Тема 4. Медіа як товар та ринок	<b>18</b>	2	2			14
<b>Модульний контроль</b>	<b>2</b>					
<b>Разом</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>14</b>
<b>Змістовий модуль 2. Медіабізнес у сучасному економічному середовищі</b>						
Тема 5. Світове ринкове середовище функціонування медіапідприємств	<b>18</b>	2	2			14
Тема 6. Економічний зміст та особливості медіапідприємництва у медіаіндустрії	<b>4</b>	2	2			

Тема 7. Сучасні бізнес-моделі медіапідприємств у міжнародній практиці	4	2	2			
<b>Модульний контроль</b>	<b>2</b>					
<b>Разом</b>	<b>28</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			<b>14</b>
<b>Змістовий модуль 3. Стратегії медіапідприємств</b>						
Тема 8. Особливості функціонування медіапідприємств в Україні	2		2			
Тема 9. Конкуренція у міжнародній медіаекономіці	2		2			
Тема 10. Сучасні медіаринки розвинених країн світу	2		2			
Тема 11. Світовий ринок друкованих медіа	2		2			
Тема 12. Світовий ринок аудіовізуальної продукції	2		2			
Тема 13. Світовий ринок онлайн-медіа	2		2			
Тема 14. Інновації у медіаіндустрії	16		2			14
<b>Модульний контроль</b>	<b>2</b>					
<b>Разом</b>	<b>30</b>		<b>14</b>			<b>14</b>
<b>Усього</b>	<b>90</b>	<b>14</b>				<b>42</b>

## **5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Основи медіаекономіки**

**Лекція 1. Основні поняття медіаекономіки. Специфіка медіаіндустрії та медіа як товару (2 год.)**

Поняття та види медіа. Економікс. Макроекономіка. Мікроекономіка. Медіаекономіка. Ринок товарів ЗМІ. Товар ЗМІ. Географічний ринок ЗМІ. Специфіка медіаіндустрії та медіа як товару.

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 1. Специфіка медіаіндустрії та медіа як товару**

*Література: 1-15.*

**Лекція 2. Еволюція поняття, цілей та структури медіа-економіки як галузі науки (2 год.)**

Американська традиція медіаекономіки як галузі науки. Розвиток медіаекономіки як галузі науки у німецькомовному середовищі. Медіаекономіка в українських наукових дослідженнях.

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 2. Еволюція поняття, цілей та структури медіа-економіки як галузі науки (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Лекція 3. Теоретико-методологічний інструментарій економічної теорії та дослідження медіаекономіки (2 год.)**

Модель досконалої конкуренції. Недосконалої ринку як відхилення від ідеалу досконалої конкуренції. Трансакційні витрати. Зовнішні ефекти. Ефект неподільності. Інформаційні недоліки. Адаптаційні недоліки. Нераціональна поведінка. Державне регулювання недосконалого ринку. Недосконале державне регулювання недосконалого ринку.

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 3. Теоретико-методологічний інструментарій економічної теорії та дослідження медіаекономіки (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Лекція 4. Медіа як товар та ринок (2 год.)**

Загальна характеристика медіа-товару. Вплив зовнішніх ефектів на медіаринки. Вплив неподільності на медіа-ринки. Вплив інформаційних недоліків на медіа-ринки. Вплив адаптаційних недоліків на медіа-ринки. Вплив нераціональності



на медіа-ринки. Медіа та мережеві ефекти. Регулювання медіаринків. Проблема недосконалого регулювання медіа-ринків.

*Література: 1-15.*

#### **Семінарське заняття 4. Медіа як товар та ринок (2 год.)**

*Література: 1-15.*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Медіабізнес у сучасному економічному середовищі**

#### **Лекція 5. Світове ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год.)**

Медіа в економічній системі країни. Відкриті і закриті ринки медіа. Географічний ринок медіа. Національні, регіональні та місцеві медіа. Медіаринок як подвійний ринок товарів і послуг. Сектори ринку медіапродукції. Поняття «ніші» на ринку медіа. Конкуренція на ринку медіа. Медіамаркетинг. Еластичність попиту на ринку медіа. Види капіталу на ринку медіа. Типи концентрації медіа. Поняття «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель». Тенденції і проблеми розвитку світового ринку медіа.

*Література: 1-15.*

#### **Семінарське заняття 5. Світове ринкове середовище функціонування медіапідприємств (2 год.)**

*Література: 1-15.*

#### **Лекція 6. Економічний зміст та особливості медіапідприємництва у медіаіндустрії (2 год.)**

Особливості підприємницької діяльності у сфері медіа. Класифікація медіапідприємств. Особливості ціноутворення в медіаіндустрії. Особливості ціноутворення в діяльності аудіовізуальних підприємств. Концепція випадкової ціни медіа. Доходи і витрати медіа. Витрати медіапідприємств: постійні та змінні витрати різних видів медіа. Витрати і обсяги виробництва медіапідприємств. Функція видавця в медіаіндустрії.

*Література: 1-15.*

#### **Семінарське заняття 6. Економічний зміст та особливості медіапідприємництва у медіаіндустрії (2 год.)**

*Література: 1-15.*

#### **Лекція 7. Сучасні бізнес-моделі медіапідприємств у міжнародній практиці (2 год.)**

Підходи і концепції до визначення бізнес-моделей. Ключові елементи бізнес-моделі. Компоненти бізнес-моделі. Бізнес-модель vs стратегія. Стандартна та

комерційна схеми бізнес-моделі медіа. Основні джерела фінансування мас-медіа. Компоненти бізнес-моделі медіа. Загальні проблеми бізнес-моделі. Способи зниження ризиків при бізнес-моделюванні. Трансформації при переході до цифрової реальності. Ланцюжок створення вартості. Різноманіття моделей мас-медіа.

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 7. Сучасні бізнес-моделі медіапідприємств у міжнародній практиці (2 год.)**

*Література: 1-15.*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Стратегії медіапідприємств**

**Семінарське заняття 8. Особливості функціонування медіапідприємств в Україні (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 9. Конкуренція у міжнародній медіаекономіці (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 10. Сучасні медіаринки розвинених країн світу (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 11. Світовий ринок друкованих медіа (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 12. Світовий ринок аудіовізуальної продукції (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 13. Світовий ринок онлайн-медіа (2 год.)**

*Література: 1-15.*

**Семінарське заняття 14. Інновації у медіаіндустрії (2 год.)**

*Література: 1-15.*

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	М 1		М 2		М 3	
		кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть Балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3		
Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3	7	7
Робота на семінарському занятті	10	4	40	3	30	7	70
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
<b>Разом:</b>			78		66		107
<b>Максимальна кількість балів</b>	251						
<b>Розрахунок коефіцієнта</b>	$100/363=0,4$						

## **6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Основи медіаекономіки**

**Тема: Медіа як товар та ринок.** Зробити аналіз медіасередовища міста – 5 б.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Медіабізнес у сучасному економічному середовищі**

**Тема: Світове ринкове середовище функціонування медіапідприємств.** Підготувати аналітичну розвідку на тему: Тенденції і проблеми розвитку світового ринку медіа – 5 б.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Стратегії медіапідприємств**

**Тема: Інновації у медіаіндустрії.** Підготувати відеопрезентацію на тему: Найбільш ефективні види інновацій у медіа – 5 б.

#### **Критерії оцінювання самостійної роботи**

Кожна самостійна робота оцінюється у 5 балів. Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студентіві отримання високої оцінки, що пізніше буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

## **6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання.**

Контрольна модульна робота проводиться у формі тестування на платформі електронного курсу.

Контрольні тести містять двадцять п'ять тестових завдань різних за формою і типом складності.

Критерії оцінювання:

За кожен правильну відповідь - 1 б.

- знання теоретичного матеріалу;
- ґрунтовна обізнаність із працями медіадослідників;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків.

#### 6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Медіаекономіка» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

#### Порядок переведення рейтингових показників успішності

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на лабораторних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

## 7. Навчально-методична картка дисципліни

**Разом: 90 год., з них лекційних – 14 год., семінарські заняття – 28 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 42 год.,**

Тиждень	I		II	II-III	III	IV	V
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II		
Назва модуля	<b>Основи медіаекономіки</b>				<b>Медіабізнес у сучасному економічному середовищі</b>		
Кількість балів за модуль	<b>78 балів</b>				<b>66 балів</b>		
Лекції	<b>1, 2</b>		<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Дати							
Теми лекцій	Основні поняття медіаекономіки. Специфіка медіаіндустрії та медіа як товару (1 б.)	Еволюція поняття, цілей та структури медіа-економіки як галузі науки (1 б.)	Теоретико-методологічний інструментарій економічної теорії та дослідження медіаекономіки (1 б.)	Медіа як товар та ринок (1 б.)	Світове ринкове середовище функціонування медіапідприємств (1 б.)	Економічний зміст та особливості медіапідприємства у медіа індустрії (1 б.)	Сучасні бізнес-моделі медіапідприємств у міжнародній практиці (1 б.)
Теми практичних занять	Сучасний стан розвитку інформаційних агентств 10 + 1 б.		Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств 10 + 1 б.	Регіональні об'єднання інформаційних агентств 10+1 б	Особливості журналістики новин 10+1б.	Архітектура повідомлень інформаційних агентств 10+1б.	Жанри матеріалів інформаційних агентств 10+1б.
Самостійна робота	(5 балів)					(5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		
Тиждень	VI		VI-VII	VII	VIII	VIII-IX	IX
Модулі	Змістовий модуль III						
Назва модуля	<b>Стратегії медіапідприємств</b>						
Кількість балів за модуль	<b>107 балів</b>						
Теми практичних занять	Особливості функціонування медіапідприємств в Україні 10+1 б.		Конкуренція у міжнародній медіаекономіці 10+1 б.	Сучасні медіаринки розвинених країн світу 10+1 б.	Світовий ринок друкованих медіа 10+1 б.	Світовий ринок аудіовізуальної продукції 10+1 б. Світовий ринок онлайн-медіа 10+1 б.	Інновації у медіаіндустрії 10+1 б.
Самостійна робота	(5 балів)						
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)						
Підсумковий контроль	Залік						

## 8. Рекомендовані джерела

### Обов'язкові:

1. Абаїмов А. Тенденція розвитку та конкуретоспроможність вітчизняних ЗМК в умовах світової економічної кризи // Різун, В. В. (ред.). Наукові записки Інститут журналістики: науковий збірник. Київ: КНУ ім. Т.Шевченка, 2009. С. 59-62. Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Nzizh/2009\\_34/Abaimov.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nzizh/2009_34/Abaimov.pdf).
2. Ажнюк М., Передрій О. Основи економічної теорії: навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 285с.
3. Альбарран А. Менеджмент електронних ЗМІ. Переклад з англійської Наталі Кашуби та Андрія Іщенка. Київ : «Наука», 2009. 296 с.
4. Андросова Т., Штангей Н.М. Міжнародна торгівля: навч. посіб. Ч . 1. Харків : Форт, 2013. 358 с.
5. Буряк П., Гупало О., Стацюк І. Мікроекономіка : навчальний посібник. Київ : Хай-Тек Прес, 2008. 368с.
6. Вей У. Організаційно-економічні аспекта діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://joumlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>.
7. Дзюбик С., Ривак, О. Основи економічної теорії. Київ : Основи, 1994. 336 с.
8. Лазарева С. Економіка та організація інформаційного бізнесу: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2002. 667с.
9. Недопитанський М. Особливості інформаційного бізнесу в Україні // Українське журналістикознавство. 2003. № 4. С. 42-51. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1915>.
10. Основи медіаменеджменту: навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі» / О. Барзилович, З. Григорова, Л. Пунчак та ін. Київ : КІЛ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с.

### Додаткові:

11. Булатов О.В., Козак Ю.Г., Козюк В.В. Новий світовий економічний порядок та глобальні виклики для України : монографія / О. В. Булатова, Ю. Г. Козак, В. В. Козюк [та ін.] ; за наук. ред. А. Крисоватого, Є. Савельєва. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 504 с.
12. Іванов В., Ланге, Н. Сучасний медіа-менеджмент в друко-ваних ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси. Київ: ЦВП. АУП. 2008. 300 с.
13. Штефан Р.-Моль. Журналістика : посібник / Пер. з нім. В.Климченко; наук. ред. В.Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
14. Проценко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід. Київ. 2012. С. 13-17.

- 15.Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 180 с.