

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Філологічний факультет

Кафедра журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан філологічного факультету

 **/Бунчук Б. І./**

«12» верне 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Журналістські стартапи»
обов'язкова

Освітньо-професійна програма «Журналістика та кросмедійність»

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Філологічний факультет

Мова навчання українська

Чернівці 2024 рік

Робоча програма навчальної дисципліни „Журналістські стартапи” складена відповідно до освітньо-професійної програми „Журналістика та кросмедійність” (спец. 061 „Журналістика”), затвердженої Вченою радою Чернівецького університету (протокол № 8 від 6 травня 2024 року).

Розробники: асист. Стефанець В.Б.

Викладачі: асист. Стефанець В.Б.

Погоджено з гарантом ОП й затверджено на засіданні кафедри журналістики протокол № 1 від 12 серпня 2024 року.

Завідувач кафедри



Василик Л. Є.

Схвалено методичною радою філологічного факультету протокол № 1 від 12 серпня 2024 року

Голова методичної ради
філологічного факультету



Антофійчук А. М.

© Стефанець В.Б.,
2024 рік

Мета та завдання навчальної дисципліни: Курс «Журналістські стартапи» спрямований на розуміння і засвоєння знань про mediastartup як новий проект у галузі ЗМІ з інноваційною основою та потенціалом для швидкого зростання - нової технології, платформи для створення або розповсюдження контенту, нового способу виходу існуючих медіа-продуктів на ринок з метою монетизації продукту.

Мета навчальної дисципліни — знати про особливості створення та етапи функціонування стартапів (наявність креативної ідеї, підприємницька ініціатива, короткий термін реалізації ідеї, мінімальні обсяги інвестицій, продовження у формі нового підприємства), які студенти зможуть використовувати у своїй практичній діяльності.

Пререквізити:

- ППО14 Мультимедійний практикум
ППО15 Медіаменеджмент та медіамаркетинг

Результати навчання.

Навчальна дисципліна «Журналістські стартапи» спрямована на забезпечення та засвоєння таких *загальних і спеціальних компетентностей*:

Загальні:

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК07. Здатність працювати в команді.

Фахові:

- СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
СК03. Здатність створювати медіапродукт.
СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

У результаті засвоєння змісту навчальної дисципліни студент має набути таких *програмих результатів навчання*:

- ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань
ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію

Опис навчальної дисципліни

Загальна інформація про розподіл годин

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	4	8	7	210	22	44	-	-	138	6	іспит
Заочна	4	8	7	210	4	6	-	-	194	6	іспит

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1. СТАРТАПИ ТА ЇХ СПЕЦИФІКА У МЕДІА													
Тема 1.1.-1.2. Представлення курсу. Поняття «стартапу». Стартапи в журналістиці : проблеми та перспективи.	36	4	8		1	23	38	2	3		1	32	
Тема 1.3.-1.4. Журналістські стартапи: світовий досвід.	36	4	8		1	23	33				1	32	
Тема 1.5.-1.6. Журналістські стартапи: український досвід.	33	3	6		1	23	33				1	32	
Разом за змістовим модулем 1	105	11	22		3	69	104	2	3		3	96	

Змістовий модуль 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЗАПУСК МЕДІАПРОЕКТУ												
Тема 2.1.-2.2. Бізнес-моделі стартапів у журналістиці.	36	4	8		1	23	38	2	3		1	32
Тема 2.3.-2.4. Запуск проекту та стратегія його просування.	36	4	8		1	23	33				1	32
Тема 2.5. Адаптація проекту до сегменту медіапродуції.	33	3	6		1	23	35				1	34
Разом за змістовим модулем 2	105	11	22		3	69	106	2	3		3	98
Усього годин	210	22	44		6	138	210	4	6		6	194

Тематика лекційних занять з переліком питань

№ теми	Назва теми
1.1-1.2	Представлення курсу. Поняття «стартапу». Стартапи в журналістиці: проблеми та перспективи. <i>ПЛАН</i> Поняття «стартапу». Стартапи як сучасна форма підприємництва. Концепція запуску. Етапи розвитку стартапів. Види стартапів. Фінансування стартапів. Стартапи в журналістиці: проблеми та перспективи. Закон України «Про медіа».
1.3-1.4	Журналістські стартапи: світовий досвід. <i>ПЛАН</i> Загальні тенденції на основі зарубіжного досвіду стартапів. Кластери країн світу за рівнем розвитку екосистеми стартапів. Журналістські стартапи: світовий досвід
1.5-1.6	Журналістські стартапи: український досвід. <i>ПЛАН</i> Ринок стартапів в Україні. Тенденції. Український досвід створення екосистеми стартапів і напрямки удосконалення його інституційного забезпечення. Журналістські стартапи: український досвід.

1.7-1.8	Бізнес-моделі стартапів у журналістиці. <i>ПЛАН</i> Поняття бізнес-моделі. Бізнес-модель як демонстрація поєднання ланок бізнесу між собою. Шаблон «Canvas». Бізнес-моделі медіа у світі. Складові бізнес-моделі. Бізнес-моделі в Україні.
1.9-1.10	Запуск проекту та стратегія його просування. <i>ПЛАН</i> Інновації як основа реалізації стартап проекту. Етапи розроблення стартапом інноваційного ІТ продукту у вигляді нематеріального об'єкта. Механізми, джерела генерування ідей стартапів. Формування команди стартап проекту. Бізнес-планування реалізації стартап проекту. Стратегія просування.
1.11	Адаптація проекту до сегменту медіапродуції. <i>ПЛАН</i> Особливості сучасного ринку електронних медіа в Україні. Теорії бізнес-моделювання у медіа-просторі. Бізнес-модель для електронних медіа.

Тематика практичних (семінарських) занять з переліком питань

№	Назва теми з основними питаннями - план	Кількість годин
1-2	Тема 1-2. Представлення курсу. Поняття «стартапу». Стартапи в журналістиці: проблеми та перспективи. <i>Вид роботи: робота в групах, аналіз медіакейсів:</i> Знайдіть в джерелах опис успішно реалізованого стартап проекту. Проаналізуйте його роботу за планом: 1. Суть проекту. 2. Головна ідея проекту. 3. Напрями застосування ідеї на етапі запуску проекту. 4. Визначте потреби споживачів продукту проекту. 5. Визначте конкурентів стартапу. 6. Унікальність продукту стартапу (чим він відрізняється від існуючих аналогів, якщо такі є?) 7. Визначте етап його розвитку, спосіб фінансування. 8. Визначте фактори успіху стартапу. 9. Що на вашу думку з проаналізованого проекту може стати в нагоді під час створення журналістського стартапу?	8
3-4	Тема 3-4. Журналістські стартапи: світовий досвід. <i>Вид роботи: аналіз медіаконтенту:</i>	8

	<p>1. Знайдіть в джерелах інформацію про результати діяльності провідних європейських та американських інкубаторів та акселераторів за останні роки. Які стартапи на них представлені? Опишіть їх, визначте перспективи розвитку.</p> <p>2. Знайдіть в джерелах інформацію про глобальний рейтинг екосистем стартапів за останній рік. Проаналізуйте дані, виділіть тенденції на основі порівняння даних за попередні роки.</p>	
5-6	<p>Тема 5-6. Журналістські стартапи: український досвід.</p> <p><i>Вид роботи: аналіз медіаконтенту:</i></p> <p>1. Знайдіть в джерелах інформацію за останні три роки про загальну кількість українських стартапів (обсяги фінансування, джерела фінансування, кількість інвестиційних угод). Визначте динаміку показників.</p> <p>2. Знайдіть в джерелах інформацію про результати діяльності українських венчурних фондів, краудфандингових платформ та бізнес-ангелів за останній роки. Проаналізуйте, на яких проектах вони спеціалізуються. Проекти яких галузей залучають найбільші кошти?</p>	6
7-8	<p>Тема 7-8. Бізнес-моделі стартапів у журналістиці.</p> <p><i>Вид роботи: усні відповіді, робота в групах.</i></p> <p>На основі бізнес-моделі Александра Остервальдера запропонуйте ідею для реалізації власного стартап проекту. Обґрунтуйте його за наступними параметрами:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цільова аудиторія. 2. Ціннісна пропозиція. 3. Канали дистрибуції. 4. Структура доходів. 5. Структура витрат. 6. Ключові активності та ресурси. 7. Ринки та можливості. <p>На підставі карти менталітетів сегментуйте потенційних споживачів контенту.</p>	8
9-10	<p>Тема 9-10. Запуск проекту та стратегія його просування.</p> <p><i>Вид роботи: усні відповіді, робота в групах.</i></p> <p>1. Визначіть (обґрунтуйте) статті витрат на запуск запропонованого вами стартапу (формування об'єктів інтелектуальної власності, отримання необхідної документації, підготовка</p>	8

	<p>інвестиційного пакету' документів та бізнес-плану, впровадження, налаштування обладнання, інфраструктура, обладнання засобів праці, сировина та матеріали, реклама, інші витрати).</p> <p>Куди Ви включите зазначені витрати?</p> <p>2. Визначіть та оцініть ризики запропонованого вами проекту стартапу за схемою:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ринковий ризик; - ризик конкурентних технологій; - ризик завершення; - зовнішній ризик; - ресурсний ризик; - ризик капіталних вкладень. <p>Запропонуйте способи зниження рівня ризику.</p>	
11	<p>Тема 11. Адаптація проекту до сегменту медіапродукції.</p> <p><i>Вид роботи: усні відповіді, робота в групах.</i></p> <p>На основі універсальної структури бізнес-моделі CANVAS структуруйте бізнес вашого стартапу у вигляді дев'яти блоків (сегмент споживачів. цінова пропозиція, канали, взаємини з клієнтами, прибутки, ключові ресурси, основна діяльність. ключові партнерства, структура витрат).</p>	6

Завдання для самостійної роботи студентів

№	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин
1-2	Опрацюйте Закон України «Про медіа». Визначте та прокоментуйте його положення, що сприяють стартапівському руху.	23
3-4	Знайдіть в джерелах інформацію про глобальний рейтинг екосистем стартапів за останній рік. Проаналізуйте дані, виділіть тенденції на основі порівняння даних за попередні роки.	23
5-6	Знайдіть в джерелах інформацію про результати діяльності українських венчурних фондів, краудфандингових платформ та бізнес-ангелів за останній роки. Проаналізуйте, на яких проектах вони спеціалізуються. Проекти яких галузей залучають найбільші кошти?	23

7-8	На основі запропонованої ідеї власного стартапу виконайте та наповніть складовими таблицю бізнес-моделі Александра Остервальдера CANVAS.	23
9-10	Опрацюйте та законспекуйте питання теми «Етапи розроблення стартапом інноваційного продукту у вигляді нематеріального об'єкта».	23
11	Опишіть бізнес-модель запропонованого вами проекту стартапу.	23

Індивідуальні завдання та ІНДЗ

№	Назва теми	Кількість годин
1	Підготуйте реферат на тему «Команда та її роль у реалізації стартап проекту».	1
2	Підготуйте доповідь «Журналістські стартапи: світовий досвід».	1
3	Запропонуйте способи зниження рівня ризику запропонованого вами проекту стартапу.	1
4	Опрацюйте медійні джерела і знайдіть 3 приклади успішної діяльності українських венчурних фондів, краудфандингових платформ та бізнес-ангелів.	1
5	Підготувати презентацію на тему «Зміст шаблону бізнес-моделі «Canvas» Остервальдера та Піньє».	1
6	Підготувати доповідь «Типові помилки стартаперів».	1

** Індивідуальні завдання плануються, якщо передбачені навчальним планом, або за рішенням викладача*

** ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни визначається викладачем, з урахуванням специфіки дисципліни.*

Методи навчання

У роботі використовуємо словесні, наочні та практичні методи навчання, зокрема: лекцію, пояснення, розповідь, бесіду, спостереження, ілюстрацію, демонстрацію, практичні вправи.

За характером пізнавальної діяльності здобувача освіти застосовуємо інформаційно-рецептивний, репродуктивний, проблемний, евристичний, дослідний методи.

Система контролю та оцінювання

Система контролю та оцінювання проводиться в формі поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. У процесі вивчення дисципліни використовуємо такі методи поточного контролю: контрольні роботи; групова робота, тести; презентації, аналіз медіайкеїв, метод мозкового штурму, моніторинг медій, робота в групах з платформами Padlet та Mentimeter, використання платформи Moodle, можливість неформальної освіти, написання матеріалу аналітичного жанру на обрану тему.

Формами поточного контролю є індивідуальна та фронтальна перевірка, форма підсумкового контролю – екзамен.

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти, у системі формальної освіти) ЧНУ» (https://drive.google.com/file/d/1O7Chn1UqlqjW_JjybxDr-syswxxHuGOn/view) у процесі вивчення дисципліни здобувачу освіти може бути зараховано до 25% балів, отриманих за результатами неформальної та / або інформальної освіти з проблем, що відповідають тематиці курсу.

Розподіл балів

ЗМ 1 (30 балів)			ЗМ 2 (30 балів)			Підсумковий контроль (іспит)	Сума
T1-2	T3-4	T5-6	T7-8	T9-10	T 11		
10	10	10	10	10	10	40	100

Критерії підсумкового оцінювання

Оцінка А (90 – 100 балів) або „відмінно” виставляється за відповідь, яка містить вичерпне за сумою поданих знань розкриття усіх запитань, розгорнуту аргументацію кожного з положень, побудована логічно й послідовно, розкриває питання від його нижчих до вищих рівнів, а також містить приклади з художніх текстів, які дозволяють судити про повноту уявлень студента з поставленого питання. Відповідь повинна бути викладена гарною, багатою мовою, відзначатися точним вживанням термінів, містити посилання на засвоєну навчальну літературу.

Оцінка В (80 – 89 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить повне, але не вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, що містяться в білеті, скорочену аргументацію головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а розуміння теоретичних питань не підкріплює ілюстраціями з художніх текстів. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів.

Оцінка С (70 – 79 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить недостатньо вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення запитань, що містяться в білеті, відсутня аргументація головних положень, допущено

порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а наведені приклади з текстів не відповідають теоретичним моментам даного курсу. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Крім того, таким балом може бути оцінений студент, який протягом семестру не виявляв відповідних знань з даного курсу, але на іспиті успішно відповів на поставлені теоретичні та практичні завдання.

Оцінка D (60 – 69 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, поверхово аргументує положення відповіді, у викладі допускає композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, не ілюструє теоретичні положення прикладами з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання.

Оцінка E (50 – 59 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань або за незнання окремого питання із загальної кількості поставлених. У викладі студента допущені композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу. Студент не може відтворити основні теоретичні положення, але наводить окремі приклади з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання, немає розуміння окремих літературознавчих термінів.

Оцінка FX (35 – 49 балів) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом на протязі навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але його відповідь на іспиті містить неправильне висвітлення заданих питань, помилкову аргументацію, допускаються помилкові умовиводи, неправильне посилення на факти та їхнє витлумачення, мова близька до суржику, він також може бути оцінений незадовільно.

Оцінка F (1 – 34 бали) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом протягом навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але відповісти на поставлені запитання на іспиті він не може або відповідає неправильно, а також не може дати відповідь на жодне із поставлених додаткових запитань, така відповідь оцінюється незадовільно.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

100-бальна шкала	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Пояснення за розширеною шкалою
90-100	Відмінно	A	відмінно
80-89	Добре	B	дуже добре
70-79		C	добре
60-69	Задовільно	D	задовільно
50-59		E	достатньо

35-49	Незадовільно	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34		F	незадовільно з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

**Перелік питань для самоконтролю
навчальних досягнень студентів**

1. Назвіть причини активізації стартап руху в сучасній економіці.
2. За рахунок чого при надзвичайно високому рівні ризикованості стартапів інноваційні підприємці отримують прибутки?
3. Назвіть основні характерні риси та ознаки стартап проекту.
4. Опишіть життєвий цикл стартапу.
5. Що таке команда та її роль у реалізації стартап проекту?
6. Поясніть сутність поняття «бізнес-модель» стартапу.
7. Визначте роль бізнес-плану в процесі реалізації стартапу.
8. Схарактеризуйте основні групи ризиків стартап проекту
9. Назвіть ключові показники ефективної реалізації стартапу.
10. Які інструменти просування продукту можуть використовуватись у журналістських (інформаційних) стартапах?
11. Чому формується попит на продукт журналістського (інформаційного) стартапу?

**Перелік питань для підсумкового контролю
навчальних досягнень студентів**

1. Схарактеризувати журналістський стартап з точки зору організації виробництва.
2. Проаналізувати ключові ресурси медійного стартапу.
3. Проаналізувати, чому журналістські стартапи не є безпосередніми конкурентами традиційних медіа.
4. Схарактеризувати венчурні фонди.
5. Схарактеризувати успішність/неуспішність журналістського стартапу, коли його засновники недооцінюють свою складну і двояку роль.
6. Проаналізувати складові канви бізнес-моделі для медіабізнесу, що базується на бізнес-моделі Александра Остервальдера.
7. Схарактеризувати основний ресурс для створення стартапу.
8. Схарактеризувати інструменти просування продукту журналістського стартапу.

9. Схарактеризувати цільову аудиторію у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).
10. Визначити, яке середовище найсприятливіше для нішевих журналістських стартапів та виробництва контенту.
11. Проаналізувати фінансування стартапів.
12. Схарактеризувати архетип «переможці» «матриці менталітетів» (за Knight Lab при Північно-Західному університеті (Іллінойс, США) як споживача контенту журналістського стартапу локальних новин.
13. Схарактеризувати прозорість діяльності журналістського стартапу, як важливий фактор формування його цінності.
14. Схарактеризувати бізнес-інкубатори.
15. Схарактеризувати стартап-інкубатори.
16. Проаналізувати структуру бізнес-плану журналістського стартапу проекту.
17. Схарактеризувати архетип «учні» «матриці менталітетів» (за Knight Lab при Північно-Західному університеті (Іллінойс, США), як споживача контенту журналістського стартапу локальних новин.
18. Проаналізувати головну фінансову особливість журналістського стартапу, який займається нішевими темами.
19. Схарактеризувати найбільш ефективні канали комунікації з потенційними споживачами продукції журналістського стартапу.
20. Проаналізувати типові помилки стартапу.
21. Схарактеризувати ризики та можливості у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).
22. Схарактеризувати перешкоди на шляху реалізації ідеї стартапа.
23. Проаналізувати відтворюваність стартапу.
24. Схарактеризувати бізнес-модель для медіабізнесу, що базується на бізнес-моделі Александра Остервальдера.
25. Схарактеризувати виклики, які недооцінюють стартапери у сфері журналістики.
26. Схарактеризувати основне джерело доходів як ознаку класифікації бізнес-моделей медіа.
27. Схарактеризувати журналістський стартап з точки зору медіаменеджменту.
28. Схарактеризувати канали дистрибуції у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).

29. Схарактеризувати ключові активності та ресурси у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).
30. Проаналізувати особливості маркетингу стартапу.
31. Визначити основні характеристики стартапів.
32. Схарактеризувати особливість нормативно-правової основи формування української екосистеми стартапів.
33. Схарактеризувати типи бізнес-моделей українських медіа-стартапів за джерелами фінансуванням.
34. Проаналізувати твердження, що у певному сенсі деякі автори медіа-стартапів також є брендами.
35. Схарактеризувати типи бізнес-моделей українських медіастартапів за контентом.
36. Схарактеризувати етапи фінансування стартапів.
37. Проаналізувати типові бізнес-процеси медійного стартапу.
38. Схарактеризувати журналістський стартап з точки зору підприємництва.
39. Схарактеризувати ціннісну пропозицію у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).
40. Схарактеризувати бізнес-ангелів.
41. Визначити для чого потрібна маркетингова стратегія журналістського стартапу.
42. Проаналізувати бізнес-модель медіа за визначенням одного з провідних дослідників медіа у Європі професора Бернда Вірца (Bernd W. Wirtz).
43. Схарактеризувати архетип «фасилітатори» «матриці менталітетів» (за Knight Lab при Північно-Західному університеті (Іллінойс, США), як споживача контенту журналістського стартапу локальних новин.
44. Проаналізувати етапи розвитку стартапу.
45. Схарактеризувати «матрицю менталітетів» (за Knight Lab при Північно-Західному університеті (Іллінойс, США) як основу сегментації споживачів контенту журналістського стартапу локальних новин.
46. Схарактеризувати краудфандинг.
47. Схарактеризувати структуру доходів у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).
48. Проаналізувати масштабованість стартапу.
49. Схарактеризувати архетип «балакучі» «матриці менталітетів» (за Knight Lab при Північно-Західному університеті (Іллінойс,

США), як споживача контенту журналістського стартапу локальних новин.

50. Схарактеризувати формування команди стартап проекту.

51. Схарактеризувати структуру витрат у канві бізнес-моделі для медіабізнесу (за бізнес-моделлю Александра Остервальдера).

Рекомендована література Основна

1. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
2. Гарус А. та Яніцький А. 2020. Дослідження бізнес-моделей українських медіа. Центр вдосконалення економічної журналістики у Київській школі економіки. https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2020/02/CEEJ_policy-brief-1.pdf
3. Геєць В.М. Бар'єри на шляху розвитку промисловості на інноваційній основі та можливості їх подолання // Економіка України. — 2015. — № 1. — С. 14
4. Гільбо К. Стартап на \$100. Як перетворити хобі на бізнес / пер. з англ. А.Ящук. Київ : Наш формат, 2017. 264 с.
5. Збанацький Д. Стартапи: юридичні та практичні аспекти [Електронний ресурс] / Д. Збанацький // Незалежний аудитор. — № 3 (14). — 2013.
6. Івашова Н.В. Start up проекти — інструмент реалізації інновацій / Н.В. Івашова // Економічні проблеми сталого розвитку: міжнар. наук.-практич. конф., 24—26 квітня 2013 р.: тези доповіді. — Суми, 2013. — Т. 4. — С. 115—116.
7. Касич А.О. Інноваційні активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення / А.О. Касич, К.О. Канунікова // Інвестиції: практика та досвід. — 2016. — № 22. — С. 21—24.
8. Касич А.О. Теоретичні і методичні основи аналізу внутрішніх джерел фінансування інвестиційної діяльності / А.О. Касич // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 3 (117). — С. 243—250.
9. Лалу Ф. Компанії майбутнього / Фредерік Лалу; пер. з англ. Романа Ключко. — Х.: КСД, 2017. — 544 с.
10. Мрихіна О.Б. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій / О. Б. Мрихіна, А.Р. Стояновський, Т.І. Міркунова // Актуальні проблеми економіки. — 2015. — № 9 (171). — С. 215—225.
11. Попко О.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі/ О.В. Попко, М.В. Мальчик // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". — 2014. — № 811: Логістика. — С. 275—279.

12. Райз Е. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля / пер. з англ. О.Яцини. Харків : Vivat, 2016. 368 с.
13. Сак Т. В. Особливості управління розвитком стартапів в Україні. Теорія та практика менеджменту: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. (12 травня 2021 р.) / Відп. ред. проф. Л. Черчик. Луцьк, 2021. С. 97-98.
14. Сак Тетяна Василівна. Тренінг-курс «Start-up»: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 43 с.
15. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє / Пітер Тіль; пер. з англ. Р. Обухів. — К.: Наш формат, 2015. — 232 с.
16. Хаустов М. М. Стартапи: створення та масштабування : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. - 224 с.

Допоміжна

1. Брадов В. Типологічна структуризація медіаринку України: вектори впливу // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / редкол. : В. В. Лизанчук та ін. – Львів : Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2014. Вип. 13. С. 161–168.
2. Горчикова А. Український медіаринок за умов глобалізації // Образ. 2015. Вип. 3. С. 81–87.
3. Крицький Д.М. Бізнес-моделі в старт-ап проектах / Крицький Д.М., Погудіна О.К., Болкун Ю.О. // Управління розвитком складних систем. – 2016. - №28. С. 95-100.
4. Пітюлич М. М., Кручак Л. В., Лизанець А. Г. Новітні бізнес-моделі у сфері Інтернет-маркетингу // Економіка та суспільство. 2018. № 17. С. 322–326.
5. Стукало А. В. Українські медіа як бізнес: проблеми і перспективи // Європейська обсерваторія журналістики – ЕЖО : веб-сайт. 2014. URL : <https://bit.ly/2UkAIXN>
6. “Редактори Delfi, Gazeta Wyborcza, Aktuálně.cz та Denník N розповідають що відбулося в їх редакціях за час коронакризи”. The Lede. 23 квітня 2020. Retrieved at: <https://www.thelede.media/management/2020/04/23/1442/>.
7. “Як Використовувати Patreon Для Монетизації Медіа”. Інтерньюз Україна. 20 травня 2020. Retrieved at: <https://internews.ua/opportunity/yak-vikoristovuvati-patreon-dlya-media>

Інформаційні ресурси

1. НСЖУ <https://nsju.org/>
2. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення <http://nrada.gov.ua>

3. Верховна Рада України. Законодавство України.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>
4. Офіційний сайт Всеукраїнської Інноваційної екосистеми «Sikorsky Challenge Україна» (SCU). URL: <https://www.sikorskychallenge.com/>
5. Офіційний сайт Інноваційного парку UNIT.City. URL: <https://unit.city>
6. Офіційний сайт Greencubator. URL: <https://greencubator.info/>
7. Офіційний сайт Radar Tech. URL: <https://radartech.com.ua/>
8. Офіційний сайт Startup Depot. URL: <https://startupdepot.lviv.ua/>
9. Офіційний сайт Tech StartUp School. URL: <https://tsus.lpnu.ua>

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Викладання курсу «Проблематика медій (соціальна, правова)», контроль й оцінювання знань і вмінь студентів спрямовані на дотримання вимог академічної доброчесності (*Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича* (<https://www.chnu.edu.ua/media/jxpbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalnoho-universytetu.pdf>), *Положення про виявлення та запобігання плагіату в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича* (https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf)).

Студенти несуть особисту відповідальність за випадки їхнього порушення, враховуючи плагіат, списування, підказування тощо. У разі виявлення академічної недоброчесності вперше бали, зараховані студентові/ці за виконане завдання, скасовуються. Повторна практика недоброчесності може призвести до анулювання всіх нарахованих за курс балів.