

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)

Кафедра економіки та міжнародних відносин

ЗАТВЕРДЖЕНО

Постанова вченої ради

29.05.2023

протокол № 07, п. 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ від 29.05.2023 № 70

**ЕКОНОМІКА СУБ'ЄКТІВ У СФЕРІ МЕДІА /
ECONOMICS OF MASS MEDIA**

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«бакалавр» /	bachelor
Галузь знань	<u>06 «Журналістика» /</u>	<u>«Journalism»</u>
Спеціальність	<u>061 «Журналістика» /</u>	<u>«Journalism»</u>
Освітня програма	<u>«Реклама і зв'язки з громадськістю» /</u>	<u>«Advertising and public relations»</u>

Розробник: Богацька Наталія, кандидат економічних наук, доцент

Гарант освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» - Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри економіки та міжнародних відносин від 04 квітня 2023 р. протокол № 05;
на засіданні вченої ради факультету економіки, менеджменту та права від 16 травня 2023 р. протокол № 05.

Рецензенти:

Хачатрян Валентина, доктор економічних наук, професор

Думанська Світлана, директор ПАТ «ВІННИЦЯОБЛПОСТАЧ», м.Вінниця

Редактор: Фатеева Т.

Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 09.06.2023 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний

Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,62.

Обл.-вид. арк. 1,14. Тираж 2. Зам. № 257.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ:

Мета вивчення дисципліни.

Формування у здобувачів вищої освіти сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань щодо аналізу та планування важливих показників господарської діяльності суб'єктів у сфері медіа з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища їх функціонування.

Результати навчання вивчення дисципліни її місце в освітньому процесі.

Результатом вивчення дисципліни «Економіка суб'єктів у сфері медіа» є теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти до опанування знань щодо уявлення сутності підприємства засобів масової інформації; висвітлення принципів планування діяльності підприємства; з'ясування форм і методів організації праці; управління основним та оборотним капіталом; формування уявлення про поточні витрати та фінансові результати підприємства.

Результатом вивчення навчальної дисципліни «Економіка засобів масової інформації» для освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» є формування комплексу компетентностей:

- інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

- загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

- спеціальні (фахові) компетентності:

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

Програмні результати навчання здобувачів з навчальної дисципліни «Реклама і зв'язки з громадськістю» полягають:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

- ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.
- ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.
- ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

Міждисциплінарні зв'язки: програма упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів, базується на вивченні нормативних дисциплін, як «Правознавство».

Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з дисципліни, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.

Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом викладача виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Здобувачі вищої освіти, які повністю виконали програму дисципліни та набрали достатню кількість балів, отримують підсумкову оцінку без опитування чи виконання екзаменаційного завдання (згідно з Положенням Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти №12 від 07.02.2022).

У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.

Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переводу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового (семестрового) контролю, має право звернутися із проханням переглянути оцінку, одержану на екзамені (згідно Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів №32 від 07.02.2022).

Обсяг дисципліни в кредитах та його розподіл (тематичний план)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин / кредитів	з них			
		лекції	практичні (лабораторні) заняття	самостійна робота студентів	
Тема № 1 Медіа та їх роль в системі соціально-економічних відносин	10	2	2	6	УО, УД, Т
Тема № 2 Типологія видів та організаційно-правові форми ведення медіа-бізнесу	10	2	2	6	УО, УД, Т
Тема № 3 Організація та управління суб'єктами у сфері медіа	10	2	2	6	УО, УД, Т
Тема № 4 Планування діяльності суб'єктів у сфері медіа	12	4	2	6	УО, КТ
Тема № 5 Персонал суб'єктів у сфері медіа	14	4	4	6	УО, РЗ
Тема № 6 Основний капітал суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, РЗ
Тема № 7 Оборотний капітал суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, РЗ
Тема № 8 Інноваційна та інвестиційна діяльність суб'єктів у сфері медіа	14	4	4	6	УО, УД, Т
Тема № 9 Фінансові ресурси (капітал) суб'єктів у сфері медіа	14	4	4	6	УО, РЗ
Тема № 10 Поточні витрати суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, РЗ
Тема № 11 Доходи та цінова політика суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, РЗ

Тема № 12 Фінансові результати діяльності суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, КТ, РЗ
Тема № 13 Ефективність діяльності суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, РЗ
Тема № 14 Конкурентоспроможність суб'єктів у сфері медіа	14	4	4	6	УО, Т, ІЗ
Тема № 15 Антикризова діяльність та економічна безпека суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, Т, РЗ
Тема № 16 Розвиток бізнесу та трансформація (реструктуризація) суб'єктів у сфері медіа	10	2	2	6	УО, УД
Разом	180	42	42	96	
Підсумковий контроль – екзамен					

Умовні позначення:

УО- усне опитування;

Т – тестування;

РЗ – розв'язок задач;

КТ – комп'ютерне тестування;

ІЗ – індивідуальне завдання;

УД – участь у дискусії.

II. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

Зміст дисципліни (теми програми).

Тема № 1 Медіа та їх роль в системі соціально-економічних відносин

Роль суб'єктів у сфері медіа. Історія виникнення медіа. Основні риси суб'єктів у сфері медіа. Основні види суб'єктів у сфері медіа. Деякі виміри мінливого характеру суб'єктів у сфері медіа. Суб'єкти у сфері медіа та права людини.

Свобода самовираження. Право на інформацію. Конфлікт прав людини, пов'язаний зі суб'єктами у сфері медіа. Суб'єкти у сфері медіа та молодь.

Тема № 2 Типологія видів та організаційно-правові форми ведення медіабізнесу

Суб'єкти у сфері медіа як господарюючий статутний суб'єкт. Напрями їх діяльності.

Елементи зовнішнього середовища функціонування суб'єктів у сфері медіа: інфраструктура ринку, що обслуговує підприємство, її характеристика. Організаційно-економічні умови функціонування підприємства. Поняття економічного суверенітету, самоокупності, рентабельності, самофінансування.

Економічні обмеження створення та діяльності суб'єктів у сфері медіа.

Механізм державного регулювання діяльності суб'єктів у сфері медіа. Пряме державне регулювання діяльності суб'єктів у сфері медіа та його механізм. Економічне регулювання та його важелі.

Класифікація підприємств та характеристика їх видів. Організаційно-правові форми підприємств. Економічні особливості різних видів підприємств.

Тема № 3 Організація та управління суб'єктами у сфері медіа

Мета функціонування суб'єктів у сфері медіа на ринку. Поняття головної цілі суб'єктів у сфері медіа. Класифікація цілей та вимоги до їх формування. Стратегічні та тактичні цілі, їх характеристика та особливості реалізації. Залежність цілей господарювання від стадій життєвого циклу.

Дерево цілей, його побудова та зміст. Прибуток як цільова функція діяльності підприємства на ринку. Економічні межі обсягу діяльності суб'єктів у сфері медіа. Метод визначення «точки беззбитковості», «точки ліквідації», «зони збитковості та прибутковості».

Тема № 4 Планування діяльності суб'єктів у сфері медіа

Планування як процес. Його необхідність та доцільність в ринкових умовах.

Принципи планування та їх характеристики. Поняття плану, класифікаційні ознаки та види планів. Система планів економічного та соціального розвитку підприємств, їх зміст. Методи планування, їх характеристики та умови раціонального застосування.

Бізнес-планування як основний план розвитку суб'єктів у сфері медіа.

Стратегічне планування, його відмінність від традиційного планування та обмеження у використанні. Поняття стратегії суб'єктів у сфері медіа.

Тема № 5 Персонал суб'єктів у сфері медіа

Персонал суб'єктів у сфері медіа та його характеристика. Принципи формування персоналу в умовах ринкової економіки. Основні завдання управління персоналом на підприємстві. Фактори, що впливають на формування трудових ресурсів.

Форми мотивації праці працівників суб'єктів у сфері медіа. Системи оплати праці та їх характеристика.

Тарифна система, її зміст, призначення та використання на підприємстві. Мінімальна заробітна плата і фактори, що її визначають. Державне регулювання мінімальної заробітної плати та її вплив на рівень ставок та окладів окремих робітників.

Форми додаткової заробітної плати, особливості їх застосування на підприємствах з різними формами власності. Форми та системи преміювання на підприємстві.

Методичні інструменти аналізу чисельності та фонду оплати праці підприємства.

Штатний розклад, його призначення та порядок складання. планування загального фонду оплати праці. Методи розрахунку фонду оплати праці.

Тема № 6 Основний капітал суб'єктів у сфері медіа

Сутність та класифікація основного капіталу підприємств ЗМІ. Засоби праці як фактор виробництва та фактор капіталу, взаємозв'язок між ними. Особливості формування засобів праці в умовах ринкової економіки.

Поняття основних засобів підприємства як елемента матеріальних ресурсів. Характеристика складу основних засобів за різними класифікаційними ознаками. Оцінка основних засобів: первісна, поновлена, залишкова вартість. Поняття ліквідаційної вартості.

Фізичний та моральний знос основних засобів. Причини морального зносу та їх характеристика. Економічна природа амортизації основних засобів. Види амортизації, їх характеристика та призначення у відтворювальному процесі. Показники, що характеризують стан та рух основних засобів. Методи розрахунку середньорічної вартості основних фондів, коефіцієнти оновлення та вибуття, здатності основних засобів.

Ефективність використання основних засобів: поняття та критерії оцінки. Показники, що характеризують використання основних засобів, їх зміст та методика розрахунку.

Тема № 7 Оборотний капітал суб'єктів у сфері медіа

Сутність та класифікація оборотних засобів суб'єктів у сфері медіа. Поняття активів підприємства та джерел їх утворення. Кругообіг оборотного капіталу.

Характеристика активів підприємства та оборотних активів.

Характеристика джерел утворення оборотних активів суб'єктів у сфері медіа. Запаси, як елемент активів. Оцінка запасів.

Дебіторська заборгованість суб'єктів у сфері медіа. Грошові кошти та короткострокові фінансові інвестиції.

Тема № 8 Інноваційна та інвестиційна діяльність суб'єктів у сфері медіа

Функції інвестицій як економічна категорія на рівні держави. Об'єкти та суб'єкти інвестиційної діяльності. Реальні інвестиції, фінансові інвестиції.

Види інвестицій залежно від суб'єктів інвестиційної діяльності, джерел інвестування та форм власності. Форми інвестиційної діяльності залежно від об'єктів інвестування.

Сутність та види інновацій. Інноваційна діяльність підприємства. Форми здійснення інноваційної діяльності. Ознаки інноваційної діяльності підприємства.

Економічний ефект від впровадження заходів НТП. Методика визначення економічного ефекту, соціальних та економічних результатів впровадження заходів науково-технічного прогресу.

Оцінка ефективності інвестиційних проектів. Методи оцінювання ефективності інвестиційних проектів з урахуванням основних принципів.

Тема № 9 Фінансові ресурси (капітал) суб'єктів у сфері медіа

Фінансові ресурси суб'єкта у сфері медіа: сутність, склад, класифікація та джерела формування. Місце фінансових ресурсів у складі ресурсів підприємства.

Класифікація видів капіталу підприємства- суб'єкта у сфері медіа.

Власний капітал: сутність, склад, класифікація, функції, відмінні особливості. Особливості формування залежно від основних характеристик підприємства.

Позиковий капітал: сутність, склад, класифікація, функції, відмінні особливості. Особливості формування залежно від основних характеристик підприємства.

Кредитування як механізм формування позикового капіталу: поняття, принципи, завдання. Особливості, форми та інструменти банківського та небанківського кредитування підприємства.

Аналіз капіталу: поняття, завдання, етапи та основні методи. Показники оборотності, рентабельності, маневреності капіталу та фінансової стійкості підприємства.

Резерви зростання обсягу, ефективності формування та використання капіталу суб'єктів у сфері медіа.

Тема № 10 Поточні витрати суб'єктів у сфері медіа

Сутність понять «витрати», «поточні витрати», «собівартість продукції, послуг та робіт». Взаємозв'язок та взаємообумовленість ресурсів і поточних витрат суб'єктів у сфері медіа.

Класифікація поточних витрат за місцем виникнення витрат, функціональним призначенням, економічними елементами, способом перенесення на вартість продукції, рівнем еластичності від обсягів виробництва, ступенем однорідності, періодами, за принципами організації управління.

Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення.

Фактори, що впливають на формування поточних витрат суб'єктів у сфері медіа, собівартість продукції та послуг, шляхи їх економії на підприємстві. Поняття та призначення центрів відповідальності за розмір витрат. Собівартість окремих видів продукції.

Методичні інструменти аналізу поточних витрат суб'єкта у сфері медіа.

Методи планування поточних витрат суб'єкта у сфері медіа. Розрахунок витрат за техніко-економічними факторами. Виявлення резервів оптимізації поточних витрат.

Системи та методи внутрішнього контролю за поточними витратами.

Тема № 11 Доходи та цінова політика суб'єктів у сфері медіа

Сутність доходів суб'єктів у сфері медіа, їх призначення, склад та джерела утворення. Механізм утворення доходів від звичайної діяльності, доходів від надзвичайних подій.

Доходи від операційної діяльності суб'єктів у сфері медіа. Формування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, послуг), інших операційних доходів. Фактори, що впливають на доходи від операційної діяльності.

Інші доходи від звичайної діяльності підприємства.

Місце доходів у системі показників, що характеризують стан та розвиток підприємства. Резерви підвищення доходів.

Цінова політика суб'єктів у сфері медіа як фактор формування їх доходів від реалізації продукції (послуг): сутність, цілі та етапи розроблення. Характеристика ціноутворюючих факторів. Методи ціноутворення. Оцінка можливостей та обґрунтування умов диференціації цін на продукцію підприємства. Напрями забезпечення ефективності цінової політики.

Методичні інструменти аналізу доходів суб'єктів у сфері медіа. Системи та методи внутрішнього контролю за доходами підприємства.

Тема № 12 Фінансові результати діяльності суб'єктів у сфері медіа

Сутність та функції прибутку, його значення в діяльності підприємства, джерела утворення.

Види та класифікація прибутку. Механізм утворення валового прибутку, фінансових результатів від операційної діяльності, фінансової та інвестиційної діяльності, фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування, чистого прибутку.

Показники прибутку та рентабельності, фактори, що впливають на рентабельність діяльності суб'єктів у сфері медіа.

Система організаційного забезпечення управління прибутком підприємства. Інформаційна база аналізу прибутку. Системи та методи аналізу прибутку та прибутковості діяльності суб'єктів у сфері медіа.

Методика обґрунтування прибутку на плановий період.

Механізм розподілу та використання чистого прибутку суб'єктів у сфері медіа. Системи та методи внутрішнього контролю за прибутком.

Тема № 13 Ефективність діяльності суб'єктів у сфері медіа

Поняття ефективності діяльності суб'єктів у сфері медіа. Показники та критерії ефективності. Система показників ефективності. Основні і допоміжні показники ефективності.

Методичні засади оцінювання ефективності діяльності суб'єктів у сфері медіа. Критерії ефективності діяльності підприємства. Поняття та систематизація показників ефективності діяльності суб'єктів у сфері медіа.

Розвиток концепції оцінювання результатів діяльності підприємства ЗМІ. Ефективність, результативність та економічність в системі оцінки успішності діяльності суб'єктів у сфері медіа.

Особливості оцінки ефективності основних видів діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової.

Тема № 14 Конкурентоспроможність суб'єктів у сфері медіа

Поняття конкурентоспроможності підприємства та продукції (послуги), їх взаємозв'язок та взаємообумовленість. Конкурентні переваги як базис формування конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа. Показники та критерії оцінки конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа за напрямками його діяльності: операційної, організаційно-управлінської, кадрової і т.д.

Методи узагальнюючої оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Часткові показники конкурентоспроможності та їх характеристика.

Інформаційне забезпечення оцінки конкурентоспроможності підприємства. Визначення підприємств-конкурентів. Напрями та об'єкти оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа.

Прогнозування рівня конкурентоспроможності та умов його досягнення. Обґрунтування заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності підприємства.

Тема № 15 Антикризова діяльність та економічна безпека суб'єктів у сфері медіа

Банкрутство як результат розгортання кризових явищ в діяльності суб'єктів у сфері медіа. Фінансово-економічні передумови та наслідки виникнення ситуації банкрутства. Види банкрутства підприємства. Інститут банкрутства: сутність, цілі та завдання.

Процедура розгляду та прийняття рішення у справі про банкрутство підприємства. Ліквідаційна процедура: порядок та організаційно-фінансові умови її проведення. Санація підприємства як інструмент протидії кризовим явищам: умови, форми та інструменти її проведення.

Економічна безпека підприємства: сутність, її місце та роль в забезпеченні життєздатності підприємства. Класифікація загроз.

Складові економічної безпеки підприємства. Головна мета та функціональні цілі забезпечення економічної безпеки суб'єктів у сфері медіа.

Система забезпечення економічної безпеки підприємства та її елементи. Головна мета, функціональні цілі та принципи формування системи безпеки підприємства. Елементи системи економічної безпеки суб'єктів у сфері медіа.

Тема № 16 Розвиток бізнесу та трансформація (реструктуризація) суб'єктів у сфері медіа

Поняття «розвиток»; його роль, місце і значення в господарській діяльності підприємства. Типологія процесів розвитку. Основні передумови мотивації підприємства до розвитку. Еволюційна та революційна форми розвитку підприємств. Основні моделі розвитку підприємства.

Поняття життєвого циклу підприємства та основні його етапи.

Загальна характеристика методичних підходів до управління процесами розвитку суб'єктів у сфері медіа.

Сутнісна характеристика та організаційні форми трансформації підприємств (організацій) та об'єднань. Взаємозв'язок між концепціями розвитку підприємства та моделями трансформації підприємств у процесі їхнього розвитку.

Розроблення і реалізація програми (бізнес-проекту) трансформації підприємства. Методичні підходи до визначення ефективності трансформації суб'єктів господарювання. Вітчизняний і зарубіжний досвід трансформації та реструктуризації суб'єктів у сфері медіа.

Структура навчальної дисципліни.

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час студента, год.
1	2	3
<p>Знати: історичні аспекти виникнення ЗМІ</p> <p>Вміти: класифікувати ЗМІ та знати їх функції</p>	<p>Тема № 1 Медіа та їх роль в системі соціально-економічних відносин</p> <p>Лекція № 1 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Історія розвитку медіа. 2. Поняття та функції медіа. 3. Медіа та політика. 4. Національний інформаційно-культурний простір України. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-5 Додаткові: 1; 12; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	6
	<p>Практичне заняття № 1 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення поняття «медіа». 2. Класифікація медіа, їх відмінності та особливості. 4. Медіа та права людини. 5. Соціальні функції медіа – виховання, організація поведінки, створення певного емоційно-психологічного тону, комунікації. 6. Особливості впливу медіа на поведінку людини. 	2
<p>Знати: сутність, значення підприємства, організаційно-економічні умови його функціонування</p> <p>Вміти: аналізувати зовнішнє середовище та відрізняти особливості функціонування</p>	<p>Тема № 2 Типологія видів та організаційно-правові форми ведення медіабізнесу</p> <p>Лекція № 2 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вибір форми бізнесу 2. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств. 3. Зовнішнє середовище господарювання суб'єктів у сфері медіа. 4. Види підприємств, їх організаційно-правова форма. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-5 Додаткові: 1; 8; 12; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2

підприємств	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	6
	<p>Практичне заняття № 2 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність підприємства та його основні загальні ознаки. 2. Елементи зовнішнього середовища функціонування суб'єктів у сфері медіа. 3. Інфраструктура ринку, що обслуговує суб'єкти у сфері медіа, їх характеристика. 4. Організаційно-економічні умови функціонування підприємства. 5. Поняття економічного суверенітету, самоокупність, рентабельність, самофінансування. 6. Механізм державного регулювання діяльності суб'єктів у сфері медіа. 7. Загальна класифікація суб'єктів господарювання. 8. Економічні особливості різних видів підприємств. 	2
<p>Знати: сутність цілей підприємства, визначати цільові характеристики діяльності підприємства Вміти: ранжувати цілі, розраховувати економічні межі обсягу діяльності підприємства</p>	<p>Тема № 3 Організація та управління суб'єктами у сфері медіа</p> <p>Лекція № 3 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нормативно-правове забезпечення та порядок заснування суб'єктів у сфері медіа 2. Організаційні структури управління суб'єктів у сфері медіа 3. Цілі функціонування суб'єктів у сфері медіа та їх класифікація. 4. Економічні межі обсягу діяльності підприємства. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 2; 4; 5 Додаткові: 1; 12; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. 1. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	6
	<p>Практичне заняття № 3 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Мета функціонування суб'єктів у сфері медіа, поняття, головні цілі. 3. Класифікація цілей та вимоги до їх формування. 4. Стратегічні та тактичні цілі, їх характеристика та особливості реалізації. 5. Залежність цілей господарювання від стадії життєвого циклу. 6. «Дерево цілей», його побудова та зміст. <p>Метод визначення «точки безбитковості», «точки ліквідації», «зони збитковості та прибутковості».</p>	2

1	2	3
<p>Знати: сутність та принципи планування, види планування, застосування різних методів планування</p> <p>Вміти: оцінювати якість планування</p>	<p>Тема № 4 Планування діяльності суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 4 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зміст та основні принципи планування діяльності суб'єктів у сфері медіа. 2. Види планування та їх характеристика. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-5 Додаткові: 1; 9; 12; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Лекція № 5 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні методи планування. 2. Система планування економічного та соціального розвитку суб'єктів у сфері медіа. 3. Оцінка якості планування підприємства. <p>Рекомендовані джерела: Рекомендовані джерела: Основні: 1-5 Додаткові: 1; 9; 12; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	6
	<p>Практичне заняття № 4 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Планування як процес, його необхідність і доцільність. 2. Принципи планування та їх характеристика. 3. Поняття планування, класифікаційні ознаки та види планування. 4. Система планування розвитку суб'єктів у сфері медіа, їх зміст. 5. Методи планування, їх характеристика та умови застосування. 6. Стратегічне планування, його відмінність та обмеження у використанні. 	2

1	2	3
<p>Знати: сутність трудових ресурсів підприємства, основи організації оплати праці та системи мотивації працівників</p>	<p>Тема № 5 Персонал суб'єктів у сфері медіа Лекція № 6 План лекції 1. Трудові ресурси та персонал підприємства: сутність, класифікація. 2. Методичні інструменти аналізу чисельності персоналу суб'єкта у сфері медіа. Рекомендовані джерела: Основні: 2; 5 Додаткові: 5; 8; 10; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
<p>Вміти: визначати чисельність працівників на майбутній період</p>	<p>Лекція № 7 План лекції 1. Засади організації оплати праці. 2. Форми та системи оплати праці. 3. Мотивація праці як фактор підвищення ефективності її використання. Рекомендовані джерела: Основні: 2; 5 Додаткові: 5; 8; 10; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	6
	<p>Практичне заняття № 5 Питання / завдання до заняття 1. Форми мотивації праці робітників. 2. Тарифна система, її зміст, призначення та використання. 3. Форми додаткової заробітної плати, особливості їх застосування на підприємствах. 4. Методичні інструменти аналізу чисельності та фонду оплати праці. 5. Штатний розклад, його призначення та порядок складання.</p>	2
	<p>Практичне заняття № 6 Питання / завдання до заняття 1. Аналіз чисельності та руху персоналу суб'єктів у сфері медіа. 2. Аналіз продуктивності праці та трудомісткості. 3. Розрахунок заробітку працівників при різних системах та формах оплати праці. 4. Побудова системи матеріального стимулювання праці.</p>	2

1	2	3
<p>Знати: сутність та класифікацію основних засобів підприємстві</p> <p>Вміти: проводити аналіз стану, руху та ефективності використання основних засобів на підприємстві</p>	<p>Тема № 6 Основний капітал суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 8</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і класифікація основного капіталу. 2. Оцінка основних засобів суб'єктів у сфері медіа та їх структура. 3. Знос, амортизація та відтворення основних засобів суб'єктів у сфері медіа. 4. Аналіз стану, забезпеченості і ефективності використання основних засобів. <p>Рекомендовані джерела:</p> <p>Основні: 1-5 Додаткові: 2; 5; 8; 10; Інтернет-ресурси: 1-3</p> <p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до семінарського/практичного заняття.</p> <p>Практичне заняття № 7</p> <p>Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття основного капіталу підприємства та характеристика його складу за різними класифікаційними ознаками. 2. Оцінка основних засобів. Поняття ліквідаційної вартості. 3. Фізичний та моральний знос основних засобів. <p>Практичне заняття № 8</p> <p>Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Види амортизації, їх характеристика та призначення у відтворювальному процесі. 2. Показники, що характеризують стан та рух основних засобів, методи їх розрахунку. 3. Розрахунок показників ефективності основного капіталу. 	<p>2</p> <p>6</p> <p>2</p> <p>2</p>
<p>Знати: сутність та класифікацію оборотного капіталу підприємства</p> <p>Вміти: визначати потребу в оборотному капіталі підприємства</p>	<p>Тема № 7 Оборотний капітал суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 9</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і класифікація оборотного капіталу суб'єктів у сфері медіа. 2. Характеристика структури оборотного капіталу в процесі кругообігу. 3. Визначення потреби в оборотному капіталі та джерела фінансування. 4. Оцінка ефективності використання оборотного капіталу та шляхи прискорення його оборотності. <p>Рекомендовані джерела:</p> <p>Основні: 2; 5 Додаткові: 5; 6; 8; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	<p>2</p>

1	2	3
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до семінарського/практичного заняття.</p>	6
	<p>Практичне заняття № 9 Питання / завдання до заняття 1. Поняття оборотного капіталу. 2. Класифікація оборотного капіталу. 3. Сутність управління оборотним капіталом. 4. Оптимальний рівень оборотного капіталу. 5. Оцінка оборотного капіталу.</p>	2
<p>Знати: сутність інноваційної та інвестиційної діяльності</p> <p>Вміти: аналізувати технічний рівень виробництва та впровадження нової техніки та технологій</p>	<p>Тема № 8 Інноваційна та інвестиційна діяльність суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 10 План лекції 1. Сутність новації, інновації, характеристика їх складу та структури. 2. Суть науково-технічного прогресу та основні напрями його розвитку. 3. Державне регулювання та підтримка інноваційної діяльності. 4. Узагальнюючі показники оцінки ефективності впровадження нової техніки та технологій.</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 5 Додаткові: 3; 6; 8; 10; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Лекція № 11 План лекції 1. Економічна сутність інвестицій та їх класифікація 2. Поняття та види інновацій. 3. Поняття інноваційної діяльності та її предмет 4. Методи оцінки ефективності інвестиційних проектів</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 5 Додаткові: 3; 6; 8; 10; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до семінарського/практичного заняття.</p>	6
	<p>Практичне заняття № 10 Питання / завдання до заняття 1. Сутність і структура інновацій. 2. Інноваційна діяльність підприємства, характеристика напрямів її здійснення. 3. Науково-технічна підготовка нововведень. 4. Оцінка економічної ефективності нововведень. 5. Поняття і види інноваційної діяльності 6. Оцінка ефективності нововведень.</p>	2

1	2	3
	<p>Практичне заняття № 11 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та основні види інноваційно-інвестиційної діяльності. 2. Значення та зміст інвестиційно-інноваційної діяльності. 3. Планування інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. 	2
<p>Знати: сутність поняття капітал підприємства</p> <p>Вміти: аналізувати склад капіталу підприємства</p>	<p>Тема № 9 Фінансові ресурси (капітал) суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 12 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фінансові ресурси суб'єктів у сфері медіа: сутність, склад, класифікація та джерела формування. 2. Власний капітал: сутність, склад, класифікація, функції, відмінні особливості. 3. Позиковий капітал: сутність, склад, класифікація, функції, відмінні особливості. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 3; 6; 8; 10; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Лекція № 13 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Управління формуванням капіталу суб'єктів у сфері медіа. 2. Методичні інструменти аналізу капіталу: поняття, завдання, етапи та основні методи. 3. Планування обсягу та структури капіталу: сутність, етапи та методи. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 3; 6; 8; 10; 13 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до семінарського/практичного заняття.</p>	6
	<p>Практичне заняття № 12 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Місце фінансових ресурсів у складі ресурсів підприємства. 2. Сутнісні характеристики капіталу суб'єктів у сфері медіа. 3. Класифікація видів капіталу. 	2
	<p>Практичне заняття № 13 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кредитування як механізм формування позикового капіталу суб'єктів у сфері медіа. 2. Аналіз капіталу суб'єктів у сфері медіа. 3. Планування обсягу та структури капіталу: сутність, етапи та методи. 	2

1	2	3
<p>Знати: сутність витрат, поточних витрат</p> <p>Вміти: класифікувати, планувати та калькулювати витрати</p>	<p>Тема № 10 Поточні витрати суб'єктів у сфері медіа Лекція № 14 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Загальна характеристика витрат та поточних витрат суб'єктів у сфері медіа. 2. Класифікація поточних витрат. 3. Особливості формування собівартості продукції. 4. Методика планування поточних витрат суб'єктів у сфері медіа. 5. Аналіз поточних витрат суб'єктів у сфері медіа. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 3; 6; 8; 10; 15 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	6
	<p>Практичне заняття № 14 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність понять «витрати», «поточні витрати підприємства». 2. Класифікація поточних витрат суб'єктів у сфері медіа. 3. Показники собівартості продукції (послуг) та порядок їх обчислення. 4. Методичні інструменти аналізу поточних витрат суб'єктів у сфері медіа. 5. Системи та методи внутрішнього контролю за поточними витратами. <p>Завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Обчислення собівартості продукції (послуг). 7. Аналіз динаміки, структури та рівня поточних витрат суб'єктів у сфері медіа. 	2

1	2	3
<p>Знати: сутність доходів підприємства</p> <p>Вміти: аналізувати та планувати доходи підприємства</p>	<p>Тема № 11 Доходи та цінова політика суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 15 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доходи суб'єктів у сфері медіа: поняття та місце в системі економічних показників його діяльності. 2. Класифікація доходів. 3. Цінова політика. 4. Методи ціноутворення. 5. Планування доходів суб'єктів у сфері медіа. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 2; 3; 6; 9; 10; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p> <p>Виконання індивідуального завдання</p>	6
	<p>Практичне заняття № 15 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність доходів, їх призначення, склад та джерела утворення. 2. Методичні інструменти аналізу доходів суб'єктів у сфері медіа, фактори, що обумовлюють їх формування. 3. Розрахунок доходів суб'єктів у сфері медіа за джерелами їх формування та складовими елементами. 4. Вертикальний та горизонтальний аналіз доходів суб'єктів у сфері медіа. 	2
<p>Знати: сутність фінансових результатів діяльності підприємства</p> <p>Вміти: аналізувати та планувати фінансові результати діяльності підприємства</p>	<p>Тема № 12 Фінансові результати діяльності суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 16 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та класифікація фінансових результатів суб'єктів у сфері медіа. 2. Фактори, що впливають на формування фінансових результатів діяльності суб'єктів у сфері медіа. 3. Методи аналізу фінансових результатів діяльності суб'єктів у сфері медіа. 4. Планування фінансових результатів діяльності суб'єктів у сфері медіа. 5. Механізм розподілу та використання прибутку суб'єктів у сфері медіа. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 2; 3; 6; 9; 10; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2

1	2	3
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p> <p>Практичне заняття № 16 Питання / завдання до заняття 1. Стратегія управління прибутком суб'єктів у сфері медіа, етапи розробки. 2. Система та методи аналізу прибутку та прибутковості діяльності суб'єктів у сфері медіа. 3. Методика обґрунтування прибутку на плановий період. 4. Механізм розподілу та використання чистого прибутку підприємства. 5. Системи та методи внутрішнього контролю за прибутком. Завдання до заняття 6. Розрахунок фінансових результатів діяльності суб'єктів у сфері медіа за джерелами їх формування. 7. Визначення прибутковості та рентабельності діяльності суб'єктів у сфері медіа.</p>	<p>6</p> <p>2</p>
<p>Знати: сутність ефективності, критеріїв оптимальності підприємства</p> <p>Вміти: оцінювати ефективність діяльності підприємства</p>	<p>Тема № 13 Ефективність діяльності суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 17 План лекції 1. Сутність ефективності. Критерії оптимальності. 2. Система показників оцінки ефективності. 3. Особливості оцінки ефективності основних видів діяльності суб'єктів у сфері медіа. 4. Напрямки підвищення ефективності суб'єктів у сфері медіа.</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 2; 3; 6; 9; 11; 12; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	<p>2</p>
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p>	<p>6</p>
	<p>Практичне заняття № 17 Питання / завдання до заняття 1. Поняття ефективності діяльності: показники та критерії ефективності. 2. Система показників ефективності. 3. Ефективність, результативність та економічність в системі оцінки успішності діяльності. Завдання до заняття 4. Аналітична оцінка ефективності діяльності підприємства.</p>	<p>2</p>

1	2	3
<p>Знати: сутність ефективності, критеріїв оптимальності, конкурентоспроможності підприємства</p> <p>Вміти: оцінювати конкурентоспроможність підприємства різними методами</p>	<p>Тема № 14 Конкурентоспроможність суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 18 План лекції 1. Сутність конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа. 2. Конкурентоспроможність та методи її оцінки.</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 2; 3; 6; 9; 13; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Лекція № 19 План лекції 1. Основні напрямки підвищення конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа. 2. Прогнозування рівня конкурентоспроможності та умов його досягнення.</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 2; 3; 6; 9; 13; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p> <p>Виконання індивідуального завдання</p>	6
	<p>Практичне заняття № 18 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа та продукції, їх взаємозв'язок та взаємообумовленість. 2. Показники та критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства за напрямками його діяльності. 3. Методи узагальнюючої оцінки рівня конкурентоспроможності. 	2
	<p>Практичне заняття № 19 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обґрунтування заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів у сфері медіа. Завдання до заняття 2. Порівняльна оцінка конкурентоспроможності групи підприємств різними методами. 3. Розроблення прогнозу рівня конкурентоспроможності суб'єкта у сфері медіа в перспективному періоді. 	2

1	2	3
<p>Знати: сутність економічної безпеки підприємства та його антикризова діяльність</p> <p>Вміти: здійснювати оцінку рівня економічної безпеки підприємства</p>	<p>Тема № 15 Антикризова діяльність та економічна безпека суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 20</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Економічна безпека: сутність, її місце та роль в забезпеченні життєздатності підприємства. 2. Методи оцінювання рівня економічної безпеки. 3. Банкрутство як результат розгортання кризових явищ в діяльності суб'єктів у сфері медіа. 4. Ліквідаційна процедура: порядок та організаційно-фінансові умови її проведення. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1- 5 Додаткові: 3; 6; 9; 13; 14 Інтернет-ресурси: 1-3</p> <p>Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття</p> <p>Практичне заняття № 20 Питання / завдання до заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Складові та елементи економічної безпеки. 2. Види банкрутства підприємства. 3. Санація підприємства як інструмент протидії кризовим явищам: умови, форми та інструменти її проведення 4. Аналітична оцінка реструктуризації та трансформації підприємства. 	<p>2</p> <p>6</p> <p>2</p>
<p>Знати: сутність теорій та моделей розвитку підприємства</p> <p>Вміти: визначати ефективність трансформації суб'єктів господарювання</p>	<p>Тема № 16 Розвиток бізнесу та трансформація (реструктуризація) суб'єктів у сфері медіа</p> <p>Лекція № 21</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття «розвиток»; його роль, місце і значення в господарській діяльності. 2. Поняття життєвого циклу підприємства та основні його етапи. 3. Сутнісна характеристика та організаційні форми трансформації підприємств та об'єднань. 4. Основні передумови мотивації суб'єкта у сфері медіа до розвитку. 5. Вітчизняний і зарубіжний досвід трансформації та реструктуризації підприємств. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1; 2; 3; 5 Додаткові: 1; 3; 7; 9; 11; 14; 15 Інтернет-ресурси: 1-3</p>	<p>2</p>

1	2	3
	Самостійна робота студентів. Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного (семінарського) заняття	6
	Практичне заняття № 21 Питання / завдання до заняття 1. Методичні підходи до визначення ефективності трансформації суб'єктів господарювання. 2. Взаємозв'язок між концепціями розвитку підприємства та моделями трансформації суб'єктів у сфері медіа у процесі їхнього розвитку. 3. Методичні підходи до визначення ефективності трансформації суб'єктів господарювання.	2
ВСЬОГО:		180/6

III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА.

Основні:

1. Геращенко О. Економіка. Власний бізнес. Перший крок : навч. посіб. Київ: Фоліо, 2020. 124 с.
2. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.
3. Жарких В. Ю., Білоусов І. Б., Кривдіна І. Б., Татакі Д. Д., Чістякова І. М., Шевченко Б. Г., Яворський С. Х. Правове регулювання інформаційної діяльності : навч. посіб. Київ : Каравела, 2018. 232 с.
4. Крепак А. С. Медіапланування : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2018. 128 с.
5. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Ліра-К, 2020. 596 с.

Додаткові:

1. Баиманівський В., Баиманівська Л. Особливості комунікації реципієнта та засобів масової інформації у глобалізованому світі. Вісник Книжкової палати. 2018. № 10. С. 20–23.
2. Богацька Н. М., Кузьменко М. М. Якість продукції як фактор конкурентоспроможності продукції та підприємства загалом. Молодий вчений. 2017. № 11 (51). С. 57–65.
3. Богацька Н.М., Кузьменко М.М. Прибуток підприємства як рушійна сила функціонування ринкової економіки. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 2. С. 102–105.
4. Богацька Н.М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.73>
5. Богацька Н.М., Гендега А.А. Фактори впливу на трудові ресурси підприємства. ЛОГОС. Online. № 16. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.31.html>
6. Буковський Р. В. Сутність взаємодії з громадськістю у системі публічного управління. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 21. С. 107–110. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2021/18.pdf.
7. Ганущин С. Н. Теоретико-методологічні засади становлення комунікативної системи публічного управління. Демократичне врядування. 2018. № 21. URL: <http://dv.lvivacademy.com/article/view/151073/150080>.
8. Господарський кодекс України : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 15 липня 2017 року : (відповідає офіційному текстові). – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 151 с.
9. Петухова О. М., Степанчук С. О., Грущенко А. В. Расе-технологія при розробці імеджевої рекламної та PR-кампанії підприємства. Ефективна економіка. 2021. № 12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2021/20.pdf.

- 10.Рибачук О. *Комунікативна основа суспільно-владної взаємодії у контексті розвитку соціального партнерства. Вісник Книжкової палати. 2018. № 8. С.11–14.*
- 11.Степаненко В. *Цивільність: соціологічна актуалізація концепту. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2018. № 1. С. 65–83.*
- 12.Сухорукова О., Кваско А. *Стан та особливості дослідження концентрації у медіаіндустрії. Економіка та суспільство. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1408/1357>.*
- 13.Чужиков А. В. *Ідентифікація конкурентоспроможності медійних продуктів. Економіка & держава. 2019. № 2. С. 47–52.*
- 14.Ярова Г. Д. *Знання та інновації як визначальні детермінанти формування та розвитку постіндустріального суспільства. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 11. С. 103–107. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2021/19.pdf.*
- 15.Яшкіна О. *Проведення опитування в соціальних мережах та тематичних групах власними силами. Маркетинг в Україні. 2020. № 4. С. 64–67.*

Інтернет-ресурси:

1. Офіційна Інтернет-сторінка Кабінету міністрів України // <http://www.kmu.gov.ua>
2. Офіційна Інтернет-сторінка Міністерства економіки України // <http://www.me.gov.ua>
3. Офіційна Інтернет-сторінка Міністерства фінансів України // <http://www.minfin.gov.ua>