

Розробники:

Вікторія ШЕВЧЕНКО, доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

Альона РОМАНЮК, асистент кафедри мультимедійних технологій і
медіадизайну

Олена ГРОЗНА, асистент кафедри мультимедійних технологій і
медіадизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри мультимедійних технологій і
медіадизайну  (Вікторія ШЕВЧЕНКО)

Протокол № 13 від 3 червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту
журналістики

Протокол №1 від 29 серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУСВА)

29 серпня 2022 року

© Грозна О., 2022
© Шевченко В., 2022
© Романюк А., 2022

ВСТУП

1. Мета дисципліни - отримання студентами знань, умінь і навичок зі створення кросмедійних стартапів з дотриманням прав інтелектуальної власності та з урахуванням необхідних для цього умов; розуміння принципів організації всіх етапів інвестиційного проекту, вміння аналізувати його ефективність та розробляти стратегію просування в соціальних мережах.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

- вміння працювати з науковою літературою та джерелами інформації;
- уміння та навички створення і впровадження інтернет-медіа;
- знання ролі і значення мультимедійних технологій та новизни отриманих результатів під час впровадження інвестиційного проекту;

3. Анотація навчальної дисципліни:

При вивченні дисципліни студенти працюють над власним проектом у двох основних напрямках. Під час першого модуля “Кросмедійні стартапи” вивчають фактори, що визначають ідею кросмедійного проекту, вчать ставити мету створення стартапу, визначати характеристики аудиторії медіа, сегментувати продукт, аналізувати конкурентів, внаслідок чого продукувати унікальну торговельну пропозицію. Звертається увага на канали комунікації та платформи функціонування медіа, способи просування, вивчається контент-стратегія медіа, структура медіаорганізації. В процесі засвоєння другого модуля “Захист інтелектуальної власності в мультимедійних проектах” студенти вивчають основи захисту інтелектуальної власності, реєстрації стартапу, розглядають юридичні аспекти співпраці у команді, з підрядниками та партнерами. Студенти практично освоюють всі етапи запуску проекту та аналізу його ефективності, тестування, розробляють стратегію просування в соціальних мережах, адаптують відповідно до реакції аудиторії. Особлива увага приділяється інтелектуальним правам у процесі розробки інвестиційного проекту на всіх стадіях, а також психологічним аспектам керування медіапроектом та формування і підтримки репутації.

4. Завдання (навчальні цілі):

- знати структуру та способи впровадження інновацій, а також основи наукових досліджень інновацій у медіасфері;
- знати аспекти захисту прав інтелектуальної власності;
- знати етапи формування та складові концепції кросмедійного стартапу;
- вміти створювати ефективні кросмедійні стартапи;
- аналізувати існуючі сьогодні ефекти інновацій в медіакомунікаціях;
- вміти інтерпретувати наукову інформацію під час розробки кросмедійного стартапу.

Загальні компетенції відповідно до ОПП, що реалізуються при вивченні дисципліни «Кросмедійні стартапи та інвестиційні проекти»:

ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК-5. Вміння виявляти та вирішувати проблеми.

ЗК-7. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

Фахові компетенції відповідно до ОПШ, що реалізуються при вивченні дисципліни «Кросмедійні стартапи та інвестиційні проєкти»:

ФК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог під час проєктування та запуску власних цифрових медіа.

ФК-7. Здатність показувати свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди при розробці позиціонування власних цифрових медіа, впровадженні медійних інновацій та в управлінні онлайн-проектами.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми, методи і технології викладання і навчання	Форми оцінювання	Відсо- то к у підсумк овій оцінці з дисцип ліни
Ко д	Результат навчання			
1.1	Знати: <ul style="list-style-type: none">- елементи, що визначають новизну; стиль видання;- засоби та типи кросмедійних стартапів у цифрових медіа;- структуру та способи впровадження інновацій у медіасферу;- основи наукових досліджень, що мають місце у інноваційному менеджменті;- аспекти захисту прав інтелектуальної власності;- юридичні аспекти функціонування стартапу від ідеї до організації роботи у команді, з підрядниками та партнерами;- етапи формування кросмедійного стартапу.	Лекції, дискусії, вебінари, практичні заняття, самостійна робота	Тестування на екзамені, усна відповідь	20%

2.1	Вміти: - створювати ефективні кросмедійні стартапи; - інтерпретувати наукову інформацію під час розробки кросмедійного стартапу; - аналізувати існуючі сьогодні ефекти інновацій в медіакомунікаціях; - керувати механізмом впровадження кросмедійного стартапу на ринок медіа; читацькою увагою через встановлення взаємозв'язків між елементами на сторінці.	Практичні заняття, самостійна робота, case-study, консультації, проектна робота, практико-орієнтоване навчання,	Виконання практичних завдань	40%
3.1	Вміти презентувати власний кросмедійний стартап (чи його пілотну модель), обґрунтовано доводити власне бачення ефективності проекту.	Практичні заняття, case-study, проектна робота, мозковий штурм	Захист власного інноваційного продукту, презентації його частин на практичних заняттях	20%
4.1	Автономність і відповідальність: - формування концепції власного кросмедійного стартапу відповідно до поставленого завдання — вибір ефективних методів та моделей для створення кросмедійного стартапу.	Самостійна робота, case-study, практико-орієнтоване навчання, консультації, проектна робота, мозковий штурм	презентація проекту на екзамені, усна відповідь	20%
	Разом:			100%

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	2.1	3.1	4.1
Програмні результати навчання (назва)				
ПРН-1. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності		+		+

функціонування медійного продукту у цифровому середовищі.				
ПРН-5. Розробляти дорожню карту (DX) виявленої проблеми.		+		
ПРН-7. Планувати час на проведення досліджень чи розробку інноваційного проекту використовуючи сучасні гнучкі методики управління проектами у цифровому середовищі.	+			
ПРН-12. Здійснювати пошук необхідних знань для планування роботи у галузі цифрових медіа, у тому числі, знань, що потребують автоматизованої обробки результатів пошуку.		+		+
ПРН-16. Писати звіт про роботу медійного колективу з викладенням пропозицій щодо поліпшення професійної діяльності при реалізації проектів у сфері цифрових медіа, оформлювати його та презентувати широкому загалу.			+	

7.1 Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (знання 1.1.), що складає 20% від загальної оцінки й **оцінювання практичної підготовки** – результати навчання (вміння 2.1.–2.5.); (автономність та відповідальність 4.1.), що складає 80% загальної оцінки.

Схема формування оцінки:

Самостійна робота — 48 балів

Усна відповідь і участь в дискусіях — 10 балів

Пітчінг проекту — 2 бали

- семестрове оцінювання:

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу на лекційних та практичних заняттях та виконання самостійних робіт. Загальна оцінка під час навчального періоду складаються із балів, отриманих за усні відповіді, участь у дискусіях, та самостійну роботу. Всі ці види робіт за семестр мають у підсумку:

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання
----------------------------------	---

		Мах – 60 балів
Усні відповіді та участь у дискусіях	6	10
Завдання для самостійної роботи	29	48
Пітчінг проєкту	1	2
Загальні бали за період навчання	36	60

Максимум за семестр студент може набрати 60 балів (семестрова і самостійна робота). Необхідний мінімум для допуску до екзамену – 36 балів. Критично-розрахунковий мінімум — 24 бали.

Обов'язковим для допуску до екзамену є виконання поставленого обсягу робіт у означений термін. Кінцеві результати оцінювання підсумовуються за тиждень до екзамену.

- підсумкове оцінювання:

Підсумкове оцінювання відбувається у формі комплексного іспиту і складається із тесту та презентації власного кросмедійного проєкту. Тест складається із 10 запитань, кожна правильна відповідь оцінюється у 2 бали. Всього за тест студент може отримати 20 балів. Тест вважається складеним успішно, якщо студент набрав не менше 12 балів.

За презентацію власного кросмедійного проєкту студент може отримати максимум 20 балів. Критерії оцінювання презентації власного кросмедійного проєкту:

- повнота та якість презентації — 5 балів;
- інвестиційна та ринкова привабливість проєкту — 5 балів;
- реалізація проєкту — 5 балів
- технічна та дизайн-складова проєкту — 5 балів.

Максимальна кількість балів за екзамен — 40 балів. Для отримання загальної позитивної оцінки з дисципліни оцінка за екзамен не може бути менше ніж 24 бали.

Результати навчальної діяльності студентів визначаються за 100-бальною шкалою.

	Змістовий модуль 1 (ЗМ1)	Змістовий модуль 2 (ЗМ2)	Екзамен	Підсумкова оцінка
Мінімум	30	6	24	60
Максимум	50	10	40	100

7.2 Організація оцінювання:

Навчальна дисципліна складається із 2 змістових модулів. Кожен змістовий модуль передбачає лекції, практичні заняття та самостійну роботу. Результати навчальної діяльності студентів визначаються за 100-бальною

шкалою. Умовою успішності вивчення дисципліни є виконання практичних і самостійних робіт, зазначених у Google-class. У разі відсутності студента на занятті, він самостійно опрацьовує навчальний матеріал і виконує завдання, зазначені у Google-class. Студенти, які набрали сумарно меншу кількість балів ніж критично-розрахунковий мінімум – 20 балів, не виконали завдання, для допуску до екзамену повинні виконати додаткові завдання, узгоджені з викладачем. Рекомендований мінімум для допуску до екзамену – 36 балів.

У випадку відсутності студента з поважних причин відпрацювання та перездачі здійснюються у відповідності до «Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка» від 12 червня 2020 року.

Всі робочі матеріали та завдання, необхідні до виконання, завантажуються у Google-class. Студент має завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. Результати оцінених робіт студент отримує на свій акаунт. Підсумкова оцінка розраховується відповідно до отриманих балів.

У разі незадовільної оцінки перескладання приймає комісія. Студент може оновити виконані завдання в гугл-класі і комісія їх повторно оцінює, екзаменаційний проєкт є обов'язковою умовою підтвердження досягнутих програмних результатів. Сумарно студент має отримати не менше 60 балів

Робота під час практичних занять:

На практичних заняттях студенти опрацьовують матеріал з теми заняття, представляють виконані завдання для самостійної роботи, обговорюють їх з викладачем та презентують свої проєкти. За усну відповідь та участь в дискусії студенти отримують 1 бал, всього за семестр студент може отримати 10 балів. Останнє заняття відводиться на пітчінг проєкту, за який студент може отримати мінімум 1 бал і максимум 2 бали.

Критерії оцінювання пітчінгу:

- повнота та якість пітчінгу — 1 бал
- таймінг — 1 бал.

Контрольні завдання для самостійної роботи:

1. Придумати ідею та концепцію кросмедійного стартапу — 4/8 балів
2. Створити тематичний план для кросмедійного проєкту — 4/8 балів
3. Прописати джерела фінансування та модель виходу на самоокупність — 4/8 балів
4. Прописати потенційні загрози та кризові ситуації, Визначити короткострокові та довгострокові результати проєкту — 4/8 балів
5. Втілити технічну складову проєкту — 4/8 балів.
6. Підготувати доповідь на тему з актуальних проблем охорони суміжних прав у сфері масової комунікації (на вибір: правова регламентація діяльності інтернет-радіо, інтернет-телебачення, ретрансляції, отримання ліцензії на передачу в ефір, охорона прав виконавців тощо) - 4/8 балів (Враховуються: аналіз до 5 кейсів – 4 бала, більше 5 – 8 балів)

Критерії оцінювання самостійної роботи:

- відповідність завданню — 1/2 бали
- повнота розкриття теми — 1/2 бали
- актуальність — 1/2 бали
- глибина дослідження теми / якість виконання 1/2 бали

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій і практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. Поняття та види інновацій. Стартапи				
1	Фактори, що визначають ідею кросмедійного проєкту. Мета створення стартапу. Таргетування. Аудиторія медіа. Сегментування. Конкуренти. Унікальна торговельна пропозиція. Медіа як бізнес. Дорожня карта проєкту	4		8
2	Канали комунікації та платформи функціонування медіа. Способи просування.	2	2	4
3	Дизайн. Брендкування. Платформа медіа		4	10
4	Контент-стратегія медіа. Структура медіаорганізації, склад редакції	2		4
5	Запуск проєкту. Тестування та перший місяць роботи	2	2	8
6	Креатив. Адаптація контенту до запитів аудиторії	2	2	4
Змістовий модуль 2. Захист інтелектуальної власності в мультимедійних проєктах				
7	Права інтелектуальної власності у процесі роботи над стартапом	2	4	10

8	Юридичні аспекти функціонування стартапу від ідеї до роботи у команді, з підрядниками, партнерами, інвесторами (у сфері інтелектуальної власності)	2	2	12
9	Психологічні аспекти керування медіапроектом. Репутація	2	2	10
10	Аналіз переваг та недоліків власного медіапроекту Презентація кросмедійного стартапу.		2	10
	ВСЬОГО	18	20	80

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекції – **18 год.**

Практичні заняття – **20 год.**

Самостійна робота – **80 год.**

9. Рекомендовані джерела:

Основна

1. Афанасьєва К. О. Право видавця та редактора / К. О. Афанасьєва. – К.: 2012. – 203 с. Білл Олет 24 кроки до успішного стартапу: дисципліноване підприємництво. Київ: Книголав, 2019. 288 с.
2. Божкова В. В. Дослідження категорійного апарату стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції // Ефективна економіка. 2010. № 9. Режим доступу до статті : <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php>.
3. Досенко А. К. Соціальні комунікації: технології та комунікативні платформи сучасності // Соціальні комунікації: результати досліджень 2015-2017. Київ, 2018. С. 110-119
4. Журавльов Д.В., Чижмарь К. І. Авторське право та суміжні права в Україні. Їх захист та відповідальність: практичний посібник.- Вид. ЦУЛ, 2020.- 224 с.
5. Костюк Ю. В. Веб-сайти регіональних радіостанцій як інноваційна платформа традиційних ЗМІ // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. № 3-4, 201. С. 180-184
6. Овчаренко, О.О. Інноваційні інструменти маркетингових комунікацій / О.О. Овчаренко; наук.кер. Ю.М. Мельник // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 11-12 травня 2016 р.: у 2-х т. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. Суми: СумДУ, 2016. Т.2. С. 68-69
7. Островська Н. Специфіка досліджень соціально комунікаційних технологій. Н. Островська // Соціальні комунікації: результати досліджень 2015-2017. Київ, 2018. С. 64-101
8. Різун В, Скотнікова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві. Київ, 2008. 144 с.
9. Тодорова О. В. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу : монографія. Київ, Інтерконтиненталь-Україна, 2015. 176
10. Тодорова О. Майбутнє тренди та ідеї. Київ, 2018. 271 с.
11. Харитоновна О.І. Право інтелектуальної власності: підручник. Вид.: ЮрінкомІнтер, 2020, 540 с.
12. Steve Blank, Bob Dorf The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. Wiley; 1st edition. 2020.
13. Paul A. Swegle Startup Law and Fundraising for Entrepreneurs and Startup Advisors. Business Law Seminar Group, LLC, 2020.

Допоміжна

1. Божкова В. В. Інструментарій некомерційного маркетингу як одна зі складових реалізації концепції сталого розвитку / В. В. Божкова // Стратегія забезпечення сталого розвитку України : Міжнар. наук.-практ. конф., 20

травня 2008 р. : матеріали : у 3 ч. Київ : РВПС України НАН України, 2008. Ч. 3. С. 91–92.

2. Багрій Т.Я., Биркович О.І., Биркович Т.І., Бондар І.С. Використання об'єктів інтелектуальної власності в рекламі. - Вид. Ліра-К, 2016.- 520 с.

3. Вахонєва Т.М. Авторське право і суміжні права в Україні: навчальний посібник. 2-ге видання, перероблене і доповнене. Вид.: Дакор, 2019, 576 с.

4. Онлайн-курс: **Школа стартапів Y Combinator** Y Combinator: SS101. Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+SS101+2021_T2/about

5. Рогова Т. А. Інноваційні технології під час викладання курсів з телевізійної журналістики : реалії впровадження // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. № 4. 2017. С. 177- 182

6. Руденко Н. Сугестивний інструментарій електронної версії газети «The Guardian» Образ. Суми, 2018. № 1. С. 119-128

7. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/ZPNDZP_2014_4_24.

8. Тодорова О. Традиційний та інноваційний PR-інструментарій / О. Тодорова // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. 2014. Вип. 4. С. 308-320.

9. Rob Phelan The Simple StartUp: Student Workbook. Choose FI Media, Inc, 2020.

Нормативно-правові акти

1. Конституція (Основний Закон) України. - Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

2. Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Всесвітня конвенція про авторське право – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

4. Закон України “Про авторське право і суміжні права” – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

5. Кримінальний Кодекс України – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

6. Цивільний кодекс України – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

7. Закон України «Про медіа» – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>