

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор ІЖ В. В. Різун

УХВАЛА
Вченої ради інституту журналістики
**«Про підсумкову атестацію (комплексний державний іспит)
в Інституті журналістики»**
від 13 березня 2017 року

Заслухавши доповідь голови НМР ІЖ доц. В. Е. Шевченко та розглянувши й обговоривши пропозиції щодо процедури й змісту проведення комплексного державного іспиту як однієї з форм, поряд із захистом кваліфікаційної роботи, підсумкової атестації випускників за бакалаврськими напрямками та магістерськими спеціальностями,

Учена рада ухвалює:

1. Відповідно до Ухвали Вченої ради КНУ імені Тараса Шевченка від 3 листопада 2014 року «Про внесення змін до нормативних документів Університету з питань організації навчального процесу відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та керуєчись «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка», затвердити **Програму комплексного державного іспиту (КДІ) для випускників 2016-2017 навчального року та Порядок проведення підсумкової атестації (комплексного державного іспиту) в Інституті журналістики.**

2. Оприлюднити на електронній сторінці ІЖ **Програму та Порядок** і донести їх до відома випускників бакалаврських напрямів і магістерських спеціальностей.

3. Відповідно до пункту 1.4 «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка», згідно з яким функцією та обов'язком Екзаменаційної комісії є **комплексна перевірка** й оцінка науково-теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників з метою встановлення відповідності їх кваліфікаційного рівня вимогам стандартів вищої освіти, освітньо-професійних програм, навчальним планам і програмам підготовки, вважати кожен державний іспит за всіма бакалаврськими напрямками та магістерськими спеціальностями **комплексним.**

4. Відповідно до пункту 1.9 «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка», згідно з яким програма, методика та форма проведення іспиту (усно, письмово, тестування (можливе комп'ютерне тестування), критерії оцінювання компетентностей на іспиті затверджуються вченою радою інституту, затвердити **комплексний державний іспит як такий, що включає письмову, усну та у формі тесту підсумкову атестацію (структура екзаменаційного білета передбачена Порядком проведення підсумкової атестації в Інституті журналістики, а його зміст – Програмою комплексного державного іспиту).**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ІЖ В. В. Різун

13 березня 2017 року

Порядок

проведення підсумкової атестації (КДІ) в Інституті журналістики

1. Екзаменаційна комісія проводить КДІ за графіком, погодженим з Науково-методичним центром організації навчального процесу і затвердженим проректором з науково-педагогічної роботи. Графік роботи Екзаменаційної комісії оприлюднюється не пізніше ніж за місяць до початку її діяльності.

2. Документом, що надає дозвіл на допуск студента до складання КДІ, є **розпорядження директора інституту**, підписане за поданням **завідувачів випускових кафедр і заступника директора з навчальної роботи**, яким одночасно затверджується склад екзаменаційних груп з числа студентів, що виконали всі вимоги навчального плану з відповідної спеціальності і допускаються до проходження атестації.

3. Програма КДІ, екзаменаційні білети, варіанти завдань, перелік наочного приладдя і матеріалів складаються викладачами профільюючих кафедр і затверджуються, за поданням випускових кафедр, рішенням вченої ради інституту.

4. Структура КДІ, а також послідовність і терміни проведення іспиту у разі поділу його на письмову, тестову та усну частини, порядок і форма перевірки знань студентів під час атестації встановлюються випусковою (випусковими) кафедрою і, за поданням науково-методичної комісії, затверджуються вченою радою інституту.

5. Комплексний державний іспит для випускників бакалаврських напрямів має таку структуру: **тестова частина** у вигляді, наприклад, диктанту з української мови та переліку запитань з історії України; **усна частина** у вигляді відповіді на запитання з фахової дисципліни та обговорення виробничої ситуації на основі знань професійних стандартів. **Перелік дисциплін, що входять до тестової частини КДІ, та фахова дисципліна щороку визначаються Програмою КДІ.**

6. Комплексний державний іспит для випускників за магістерськими спеціальностями має таку структуру: **тестова частина** у вигляді запитань з трьох дисциплін соціально-гуманітарного або фундаментального циклу, що мають професійну зорієнтованість; **усна частина** у вигляді відповіді на запитання з двох фахових дисциплін та обговорення виробничої ситуації на основі знань професійних стандартів для студентів, що здобувають додаткову професійну кваліфікацію, чи обговорення ситуації, матеріалів, пов'язаних з методологією дослідження. **Перелік дисциплін, що входять до тестової частини КДІ, та фахові дисципліни щороку визначаються Програмою КДІ.**

7. Для проведення усної частини КДІ планується не більше 12 осіб на один день роботи ЕК (екзаменаційна група). При складанні письмової частини КДІ у тестовій формі допускається об'єднання в один потік не більше чотирьох екзаменаційних груп.

8. Виконання всіх екзаменаційних завдань з КДІ є обов'язковим. Незадовільна оцінка з одного з екзаменаційних завдань є підставою для виставлення незадовільної оцінки за державний іспит в цілому. Оцінки виставляє кожен член комісії. Підсумкова оцінка КДІ визначається як середня з позитивних оцінок за кожен вид екзаменаційних завдань. Рішення Екзаменаційної комісії про оцінку знань, виявлених при складанні КДІ приймається на закритому засіданні комісії відкритим голосуванням більшістю голосів членів комісії, які брали участь в її засіданні. За однакової кількості голосів голос Голови ЕК є вирішальним.

9. Структура екзаменаційного білета випускників бакалаврських напрямів така:

а) на кожному екзаменаційному білеті проставляється № протоколу вченої ради і дата затвердження, білет скріплюється підписом Голови (заступника голови) вченої ради;

б) подається перелік екзаменаційних завдань, наприклад:

1. Диктант (письмово).

2. Тест з історії України (письмово).
3. [Теоретичне запитання з фахової дисципліни] (усна відповідь).
4. Аналіз виробничої ситуації (усно).

10. Структура екзаменаційного білета випускників магістерських напрямів така:

а) на кожному екзаменаційному білеті проставляється № протоколу вченої ради і дата затвердження, білет скріплюється підписом Голови (заступника голови) вченої ради;

б) подається перелік екзаменаційних завдань, наприклад:

1. Питання з теорії та історії соціальних комунікацій
Питання з проблем сучасної медіа-галузі (усна відповідь).

2. Питання з методології досліджень соціальних комунікацій. Питання з теорії та історії журналістики (усна відповідь).

3. Обговорення методів дослідження, що використовує у своїй кваліфікаційній роботі випускник магістратури (за матеріалами автореферату кваліфікаційної роботи випускника; автореферат подається випускником особисто на іспит членам ЕК).

Зміст

ПРОГРАМА комплексного державного іспиту (КДІ) для випускників 2017 року.....	5
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «журналістика»	8
I Диктант (нижче подано зразки)	8
II Питання з історії України	8
Питання з журналістського фаху	9
Аналіз ситуації із застосуванням знань професійних стандартів, принципів журналістської етики	12
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «видавнича справа та редагування»	13
Диктант (нижче подано зразки).....	13
Питання з історії України	13
Питання з редакційно-видавничого фаху	14
Практичне завдання з фаху	18
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «реклама та зв'язки з громадськістю»	20
Диктант (нижче подано зразки).....	20
Питання з історії України	20
Питання з професійної підготовки	21
Практичне завдання з професійної підготовки	24
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «кіно- і телемистецтво» Галузь знань 0202 <i>Мистецтво</i>	24
Диктант (нижче подано зразки).....	24
Питання з історії України	25
Питання з професійної підготовки Напрямок підготовки 6.020203 Кіно-, телемистецтво	26
Спеціалізація Диктор, телеведучий	26
Спеціалізація Кіно-, телеоператорство	27
Спеціалізація Режисура кіно і телебачення	29
IV Практичне завдання з професійної підготовки	31
Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «журналістика»	31
Питання з теорії та історії соціальних комунікацій	31
Питання з проблем сучасної медіагалузі	32
Питання з методології досліджень соціальних комунікацій	33
Питання з теорії та історії журналістики	34
Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «видавнича справа та редагування»	36

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій	36
Питання з проблем сучасної видавничої галузі	37
спеціалізація Електронні видання.....	39
Питання з методології досліджень соціальних комунікацій	40
питання з теорії та історії видавничої справи та редагування	41
Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «реклама»	44
Питання з теорії та історії соціальних комунікацій	44
Питання з проблем у сфері рекламної діяльності	45
Питання з методології досліджень соціальних комунікацій	46
питання з прикладних соціальнокомунікаційних технологій	47
Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «зв'язки з громадськістю»	47
Питання з теорії та історії соціальних комунікацій	47
Питання з проблем у сфері організації зв'язків з громадськістю	48
Питання з методології досліджень соціальних комунікацій	49
Питання з прикладних соціально-комунікаційних технологій	50
List of Exam Questions for Graduate Program “Journalism and Social Communication”	51

Відповідно до постанови Кабміну від 29 квітня 2015 р. № 266 Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти

<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF> **галузь знань 06, код спеціальності 061**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ІЖ В. В. Різун

24 лютого 2017 року

ПРОГРАМА комплексного державного іспиту (КДІ) для випускників 2017 року

Програма комплексного державного іспиту (КДІ) визначається загально-професійними і спеціалізовано-професійними компетентностями випускників, які підлягають оцінюванню відповідно до освітньо-професійної програми підготовки фахівця за спеціальністю і відповідно до затвердженої спеціалізації. Зміст Програми КДІ повинен забезпечувати перевірку професійних знань, умінь випускника, здатності його до комунікації у виробничому середовищі, прояву його професійної автономності та відповідальності під час виконання своїх службових обов'язків. Ці вимоги до випускника прописані у **Національній рамці кваліфікацій**, затвердженій постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій»:

<i>Рівень</i>	<i>Знання</i>	<i>Уміння</i>	<i>Комунікація</i>	<i>Автономність і відповідальність</i>
6 [бакалавр]	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов			
	Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень	розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності	управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах
	Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності		здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності

7 [спеціаліст]	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог			
	Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи	розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог	зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування
	Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності	використання іноземних мов у професійній діяльності	відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
8 [магістр]	Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики			
	Найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідної та/або професійної діяльності і на межі предметних	критичний аналіз, оцінка і синтез нових та складних ідей	спілкування в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності	ініціювання інноваційних комплексних проектів, лідерство та повна автономність під час їх реалізації

	галузей			
		розроблення та реалізація проектів, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язання значущих соціальних, наукових, культурних, етичних та інших проблем		соціальна відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень здатність саморозвиватися і самовдосконалюватися протягом життя, відповідальність за навчання інших

Ця програма включає перевірку таких знань та компетентностей випускників 2017 року:

1) бакалаврські напрями:

- грамотності випускників, оскільки грамотність для журналістів, видавців, редакторів, рекламистів, фахівців зі зв'язків з громадськістю, наукових співробітників є вимогою професійного стандарту;

- знань з історії свого народу, своєї держави, оскільки в умовах російської агресії, загрози суверенітету країни, її цілісності кожен фахівець як громадянин повинен добре знати історію своєї країни, щоб приймати правильні рішення у складних для забезпечення виробничої діяльності соціально-політичних ситуаціях. Для випускників освітньої галузі 0303 «журналістика та інформація» історичні знання є основою їхньої правильної професійної поведінки;

- знань з журналістського фаху (бакалаврський напрям з журналістики), редакційно-видавничого фаху (бакалаврський напрям з видавничої справи та редагування), професійної підготовки (бакалаврський напрям з реклами та зв'язків з громадськістю);

- умінь та навичок аналізу проблемних виробничих ситуацій із застосуванням знань професійних стандартів, наприклад знань з журналістської етики (бакалаврський напрям з журналістики);

2) магістерські спеціальності:

- знань з *теорії та історії соціальних комунікацій* (для всіх спеціальностей), *проблем сучасної медіагалузі* (спеціальність «журналістика»), *проблем сучасної видавничої галузі* (спеціальність «видавнича справа та редагування»), *проблем у сфері рекламної діяльності* (спеціальність «реклама»), *проблем у сфері організації зв'язків з громадськістю* (спеціальність «зв'язки з громадськістю»). До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін;

- знань з *методології досліджень соціальних комунікацій* (для всіх спеціальностей), *теорії та історії журналістики* (спеціальність «журналістика»), *теорії та історії видавничої справи та редагування* (спеціальність «видавнича справа та редагування»), *прикладних соціально комунікаційних технологій* (спеціальності «реклама» і «зв'язки з громадськістю»). До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін;

- умінь та навичок методологічного аналізу матеріалів (автореферату кваліфікаційної роботи випускника) дослідження.

Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «журналістика»

I Диктант (нижче подано зразки)

Мелашка

Дівчина перейшла через греблю, ступила на місток на лотоках, сперлася на поренчата й задивилась не так на воду, як на свою вроду. До неї з води виглянуло її лице, свіже, як ягода, з чорними бровами. Дівчина милувалась собою та червоним намистом на шії.

Лаврін стояв під вербами недалеко од дівчини й дивився на неї. Сонце грало на червоному намисті, на рум'яних щоках. Дівчина була невеличка на зріст, але рівна, як струна, гнучка, як тополя, гарна, як червона калина, довгообразна, як червонобокі яблучка, губи були повні та червоні, як калина. На чистому лобі були ніби намальовані веселі тонкі чорні брови, густі-прегусті, як шовк.

Лаврін дивився на дівчину, як вона спустила на щоки довгі чорні вії, як вона потім повернулася боком, дивилася на воду, на скелі, як блищав її чистий, рівний лоб.

«Ой гарна ж дівчина, як рай, мов червона рожа, повита барвінками!» – подумав Лаврін, запрягаючи другого вола.

Дівчина вирвала з верби гілку й кинула далеко на воду. Гілка сунулась по воді поволі й шубовснула під колесо. Дівчина засміялась і блиснула всіма білими зубами проти сонця, ніби двома низками перлів. Вона кинула очима на Лавріна, задивилась на нього й засоромилась, потім знялася з місця, шугнула зозулею повз Лавріна, блиснула на нього карими очима й повернула на шлях.

Лаврін почув, що вона ніби освітила всю його душу, освітила густу тінь під вербами, неначе сонцем (І. Нечуй-Левицький).

222 слова

II Питання з історії України

1. Походження українського народу.
2. Київська Русь як держава українського народу.
3. Галицько-Волинське князівство як держава українського народу.
4. Місце Берестейської унії в історії України.
5. Внесок української інтелігенції в розвиток освіти й наукових знань в ХУІ ст.
6. Постать Дмитра Вишневецького в історії України.
7. Культура України першої половини ХУІІ ст.
8. Козацька старшина як українська політична еліта доби Гетьманщини.
9. Конотопська битва в історії України.
10. Три поділи України між Московією і Польщею в 17 столітті.
11. Постать Івана Сірка в історії України.
12. Полтавська битва в історії України.
13. Участь українського козацтва в освоєнні Слобожанщини та Кубані.
14. Українські землі в складі Австрійської імперії.
15. Українська культура в добу Гетьманщини.
16. Значення творчості Тараса Шевченка, Івана Франка та Лесі Українки для відродження української державності.
17. Постать Миколи Міхновського в історії України.
18. Центральна Рада в боротьбі за відродження української держави. III і IV Універсали.
19. Ставлення більшовиків до української державності.
20. Берестейський договір 1918 року.
21. Злука ЗУНР і УНР. Акт Соборності.
22. Варшавський договір 1920 року.
23. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні в ХХ столітті.
24. Українізація поза межами УСРР.

25. Організації українських націоналістів (ОУН).
26. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
27. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
28. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
29. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
30. Внесок українського народу в перемогу.
31. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
32. Основні напрямки перебудови М. Горбачова та її наслідки.
33. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
34. Проголошення незалежності України.
35. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з журналістського фаху

1. «Майстер шаблону» – створення, принцип роботи та налаштування.
2. 25 питань фотожурналістика.
3. Акустично-виражальні засоби радіомовлення та їх штучні електронні двійники
4. Аналіз і синтез у публіцистці
5. Аналітична робота журналіста над зібраним матеріалом: принципи систематизації, перевірки достовірності фактів, авторської аргументації
6. Аналітичні жанри на телебаченні, їх особливості
7. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств: вітчизняні і світові надбання.
8. Ведення, модерування телесюжетів, підготовка стенд-ап
9. Взаємодія змісту і форми в журналістських текстах
10. Вибір формату та полів для книжкових, журнальних і газетних видань.
11. Вибір шрифту та кеглю для друкованих видань різних типів.
12. Види жанрів фотографії: за об'єктом, за функцією, за образотворчою класифікацією.
13. Види кореспонденцій і принципи роботи журналіста в цьому жанрі
14. Види репортажної фотографії.
15. Виникнення радіо та становлення радіомовлення. Герц, Марконі, Попов
16. Від ідеї до телевізійного продукту. Структура ухвалення рішень на телебаченні
17. Власний і спеціальний кореспондент. Специфіка журналістської роботи
18. Група аналітичних жанрів в теорії фотожурналістики.
19. Група інформаційних жанрів в теорії фотожурналістики.
20. Група художньо-публіцистичних жанрів в теорії фотожурналістики
21. Державне, громадське й комерційне телебачення в Україні, їх особливості
22. Джерела інформації як обов'язкові компоненти інформаційних повідомлень агентств новин.
23. Дикторське читання новин та журналістське ведення: порівняльна характеристика
24. Драматургія публіцистичного твору на телебаченні: тема, ідея, композиція
25. Еволюція й трансформація радіо жанрів у сучасних умовах
26. Есеїстика О. Сизоненка, В. Базилевського, О. Забужко, Ю. Андруховича: проблемно-тематичний діапазон, стилі подачі матеріалу
27. Етичні принципи в роботі журналіста. Кодекси журналістської честі
28. Ефірне радіомовлення. Класифікація радіохвиль
29. Жанри фотографії та фотожурналістики: спільне та відмінне.
30. Жанрова структура сучасної журналістики
31. Жанрова структура художньої публіцистики

32. Жанрові особливості статті, її різновиди, композиція, відмінності стилю
33. Жанрово-композиційні особливості есе, спільне й відмінне з нарисом
34. Журналістика в контексті з іншими видами творчої діяльності
35. Журналістика й література: продуктивно-творча інтеграція
36. Журналістська спеціалізація: її різновиди й специфіка
37. Журналістське спостереження як феномен журналістської праці.
38. Журналістський запит: правила отримання інформації.
39. Журналістські розслідування на українському телебаченні
40. Заголовковий комплекс в газетно-журнальних публікаціях, основні вимоги до нього
41. Задум – тема – концепція – ідея журналістського твору
42. Законодавча база у сфері функціонування телебачення й радіомовлення в Україні
43. Зміна текстових параметрів верстки: втяжки, відступи, виступи.
44. Інтегративна функція радіомовлення
45. Інформативна складова фотографії. Характеристика фотознімку.
46. Інформативні та ілюстративні фотографії у фотожурналістиці.
47. Інформаційна замітка, її жанрові особливості, різновиди, принцип «перевернутої піраміди»
48. Інформаційні агентства в Україні, особливості їхньої роботи
49. Інформаційні жанри на радіо. Особливості їхнього впливу на аудиторію
50. Інформаційні продукти агенційної журналістики та їх жанри.
51. Історія створення телебачення в Україні
52. Класифікація інформаційних агентств
53. Ключові гравці на сучасному інформаційному ринку світу серед інформаційних агентств.
54. Коментар як публіцистичний жанр, його різновиди й специфіка у відображенні дійсності
55. Комплект файлів верстки для друкарні.
56. Композиційна побудова фотографії.
57. Композиційні прийоми при написанні аналітичних матеріалів у пресі
58. Конфлікт. Його різновиди, методи розкриття й розв'язання конфліктних ситуацій в журналістському творі
59. Концептуально-теоретичні засади функціонування сучасної радіожурналістики в Україні. Державне та комерційне радіомовлення
60. Критерії підбору фотографій для реклами.
61. Меню програм QuarkXPress чи Adobe InDesign: інструментарій і палітри.
62. Методика роботи над журналістським текстом: зачин і кінцівка
63. Образний інструментарій журналіста в його роботі над текстом публікації
64. Основні закони й законодавчі акти в Україні, що регулюють правовідносини в системі ЗМІ
65. Основні параметри фотозйомки. Специфіка репортажної фотографії.
66. Основні принципи професійного спілкування журналіста
67. Основні типи аргументації та узагальнень в журналістиці
68. Особистість у журналістиці й особистість журналіста
69. Особливості програмування українського телеканалу. Основні тенденції формування сітки мовлення
70. Памфлети-розслідування Степана Колесника
71. Параметри створення документа верстки.
72. Перелік помилок верстки.
73. Подорожній нарис, історія зародження, імена
74. Понятійно-логічна аргументація в публіцистиці
75. Поняття «інформаційного продукту» агентства. Системи інформаційних продуктів.

76. Поняття дієвості й ефективності у пресі, в теле- й радіопередачах
77. Портретно-психологічний нарис: специфіка розкриття характеру людини
78. Порядок аналізу документальної інформації.
79. Портретно-психологічний нарис: основні його риси й завдання
80. Правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
81. Правові основи функціонування фотожурналістики.
82. Принципи отримання журналістом інформації в державних та недержавних установах та організаціях
83. Принципи та способи розміщення ілюстрацій в друкованих виданнях
84. Причини виникнення перших світових інформаційних агентств
85. Проблемний, подієвий та подорожній нарис в сучасній українській телепубліцистиці
86. Проблемно-аналітичний нарис, його жанрово-композиційні особливості. Приклади таких нарисів у творчості сучасних українських публіцистів
87. Проблемно-тематичний діапазон журналістських розслідувань в сучасних друкованих ЗМІ
88. Публіцистичний нарис, його різновиди, жанрові особливості
89. Публіцистичність як стильова ознака, манера письма
90. Радіокореспонденція як інформаційний жанр з елементами коментування та аналізу. Призначення та особливості в ефірі
91. Радіомовлення у сфері ЗМК. Поняття інформаційного суверенітету в контексті національного інформаційного простору
92. Радіомовлення як платформа мультимедійної журналістики
93. Радіорепортаж, його роль та місце в залежності від формату радіостанції
94. Реальність та вимисел на світліні. Механізм аналізу фотографії.
95. Репортаж у пресі, основні вимоги до його написання
96. Рецензія та її різновиди. Авторська концепція в оцінці літературно-мистецьких творів і явищ
97. Розвиток українських інформаційних агентств
98. Роль експерименту як методу й збору інформації
99. Роль телебачення в формуванні громадянського суспільства в Україні
100. Свобода преси й особливості цензури в Україні на сучасному етапі
101. Синтез документального й художнього в журналістському творі
102. Складові вітчизняного інформаційного простору, його суб'єкти
103. Складові журналістської майстерності
104. Специфіка жанрового поділу в фотожурналістиці: класифікація теоретиків, практиків, фотоагентств.
105. Специфіка журнальної фотоілюстрації.
106. Специфіка й жанрові особливості інтерв'ю в пресі.
107. Специфіка подачі новин на державних, комунальних та комерційних радіостанціях України
108. Специфіка роботи прес-служб державних та недержавних установ і організацій
109. Специфіка розробки тематики для мистецьких видань.
110. Специфіка розробки тематики для міжнародних, політичних, соціальних видань.
111. Специфіка та призначення звіту, його різновиди. Аналітичний характер тематичних та проблемних звітів
112. Специфіка телебачення он-лайн
113. Специфіка фотозображень у газеті: інформаційні та аналітичні видання.
114. Спільне та відмінне фотоілюстрацій в газеті, журналі, Інтернеті, рекламі.
115. Способи підготовки та вимоги до ілюстративного матеріалу.

116. Стріт-фото – характеристика жанру.
117. Структура аналітичних жанрів у сучасних українських друкованих ЗМІ
118. Структура повідомлень інформаційних агентств.
119. Структура та особливості радіокоментарю
120. Суспільне телебачення в Україні. Специфіка формування
121. Сценарний план телепрограми, принцип його складання
122. Сюжет – конфлікт – характер. Параметри реалізації авторського «Я»
123. Телебачення й телеканал, спільне й відмінне
124. Телевізійний сценарій: структурні компоненти
125. Телеінтерв'ю й телерепортаж: специфіка роботи журналіста в цих жанрах
126. Телекоментар і телеогляд: актуальність жанрів. Трансформація тематики, образів і способів монтажу
127. Тематична спеціалізація видання і його редакційна політика.
128. Теоретичні визначення журналістського розслідування в Україні й за рубежом, специфіка жанру.
129. Технічні та технологічні вимоги до підготовки публікацій та ілюстративного матеріалу у друкованих та електронних ЗМІ
130. Технологія журналістського розслідування: основні фази в роботі журналіста в накопиченні матеріалу й підготовці тексту до друку
131. Типізація й індивідуалізація в журналістиці
132. Типологія й класифікація телеканалів в Україні
133. Типологія художньо-публіцистичного продукту на телебаченні. Жанри художньої телепубліцистики
134. Факт у природі й факт у журналістському творі
135. Формати радіостанцій, типи програм
136. Фото у журнальній періодиці: критерії, тенденції, перспективи.
137. Фотоілюстрація Інтернет-видань: критерії, специфіка, тенденції, перспективи.
138. Фотоілюстрація у газеті: критерії, тенденції, перспективи.
139. Фотонарис: вимоги до жанру.
140. Функціональні особливості діяльності інформаційних агентств: світовий і вітчизняний досвід
141. Функція фотографій на сторінках друкованих ЗМІ: спільне та відмінне.
142. Функція фотографії на Web-сторінці, в Інтернет-виданні, в соціальних медіа.
143. Функція фотографії у рекламі. Специфіка створення фотографій для різного виду реклами.
144. Характер у журналістському творі та способи його відтворення
145. Цифрове радіомовлення, його характеристика й перспектива розвитку в Україні

IV

(До білета буде включено один з наведених практичних прикладів, ознайомитися з якими можна за посиланням [Посібник для підготовки до державного іспиту](#))

Аналіз ситуації із застосуванням знань професійних стандартів, принципів журналістської етики

Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «видавнича справа та редагування»

I

Диктант (нижче подано зразки)

Іван Богун

Ім'я прославленого героя Визвольної війни середини XVII століття, одного з найвидатніших козацьких полковників Івана Богуну назавжди залишиться на скрижалях нашої історії. Після смерті Максима Кривоноса він став найближчим помічником Богдана Хмельницького, який покладався на нього у найскладніших військових ситуаціях.

Талант полководця і особисту хоробрість Богун виявляв завжди. Так було під час Берестецької битви у червні 1651 року, коли Хмельницький опинився в полоні і українська армія потрапила в скрутне становище. Завдяки рішучості й винахідливості Івана Богуну, обраного наказним гетьманом, козаки збудували через непрохідне болото й річку Пляшівку три переправи, по яких і вдалося, хоча й ціною великих втрат, вивести військо з оточення.

У березні 1653 року Ян Казимир кинув на Україну добірні частини польської кінноти, очолювані одним з найкращих полководців, яких будь-коли знала Польща, – Стефаном Чарнецьким. Хмельницький посилав проти нього блискучого майстра маневреної війни – Івана Богуну.

Маючи значно менші сили, Богун заманив Чарнецького в Монастирище. Всі зусилля польського полководця взяти штурмом цю фортецю виявились марними. Богун знову вдався тут до тактичного маневру: переодягнувши частину своїх козаків у татарський одяг, він наказав їм наступати, а сам із рештою кінноти вдарив з іншого боку. Подумавши, що до козаків прийшло татарське підкріплення, поляки залишили обоз і кинулись тікати.

Все своє життя Іван Богун воював проти ворогів українського народу і цим заслужив у нього вічну славу. Пам'ять про народного героя збереглася в легендах, піснях, мистецьких творах (за І. Лисенком).

225 слів

II

Питання з історії України

1. Походження українського народу.
2. Київська Русь як держава українського народу.
3. Галицько-Волинське князівство як держава українського народу.
4. Місце Берестейської унії в історії України.
5. Внесок української інтелігенції в розвиток освіти й наукових знань в ХУІ ст.
6. Постать Дмитра Вишневецького в історії України.
7. Культура України першої половини ХУІІ ст.
8. Козацька старшина як українська політична еліта доби Гетьманщини.
9. Конотопська битва в історії України.
10. Три поділи України між Московією і Польщею в 17 столітті.
11. Постать Івана Сірка в історії України.
12. Полтавська битва в історії України.
13. Участь українського козацтва в освоєнні Слобожанщини та Кубані.
14. Українські землі в складі Австрійської імперії.
15. Українська культура в добу Гетьманщини.
16. Значення творчості Тараса Шевченка, Івана Франка та Лесі Українки для відродження української державності.
17. Постать Миколи Міхновського в історії України.
18. Центральна Рада в боротьбі за відродження української держави. III і IV Універсали.

19. Ставлення більшовиків до української державності.
20. Берестейський договір 1918 року.
21. Злука ЗУНР і УНР. Акт Соборності.
22. Варшавський договір 1920 року.
23. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні в ХХ столітті.
24. Українізація поза межами УСРР.
25. Організації українських націоналістів (ОУН).
26. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
27. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
28. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
29. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
30. Внесок українського народу в перемогу.
31. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
32. Основні напрямки перебудови М. Горбачова та її наслідки.
33. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
34. Проголошення незалежності України.
35. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з редакційно-видавничого фаху

1. Авторська воля і відповідальність редактора у процесі редагування.
2. Авторський, обліково-видавничий, паперовий, фізичний друкований та умовний друкований аркуші.
3. Анотація та презентаційні тексти в літературно-художньому виданні.
4. Бібліографічний опис: зони, елементи і вимоги до складання відповідно до ДСТУ ГОСТ 7.1:2006.
5. Взаємодії редактора у структурі видавничого процесу.
6. Видавець як суб'єкт підприємницької діяльності.
7. Видавництва художньої літератури в Україні.
8. Видавництво — провідний суб'єкт видавничої діяльності.
9. Видавнича діяльність і її суб'єкти.
10. Видавнича діяльність Наукового товариства імені Шевченка.
11. Видавнича діяльність Українського наукового товариства у Києві.
12. Видавнича продукція та її види.
13. Видавнича справа в системі медіадіяльності.
14. Видавничий портфель. Видавничий оригінал.
15. Види зображень та форми візуалізації
16. Видова класифікація бібліографії.
17. Використання стилю у програмі верстки. Принципи створення стилів та роботи з ними.
18. Виявлення підтексту в процедурі інтент-аналізу.
19. Внутрішнє середовище суб'єкта видавничої діяльності.
20. Графічна концепція видання
21. Графічні ознаки шрифтів: елементи літери, гарнітура шрифту, накреслення, кегль шрифту. Класифікація шрифтів.
22. Громадські організації у видавничій сфері.
23. Джерела правового регулювання видавничої діяльності в Україні.
24. Динаміка, статика, симетрія в композиції.
25. Договори у видавничій діяльності: види, структура, обов'язкові елементи.

26. Елементи архітектоники видань, їх призначення, місце у структурі та способи застосування.
27. Етапи додрукарської підготовки видавничого продукту.
28. Етичні виміри видавничої діяльності.
29. Етичні засади діяльності редактора.
30. Жанри бібліографічних посібників.
31. Жанри наукової літератури. Загальна характеристика.
32. Журнал «Всесвіт» як поле випробування перекладів і пошуку перекладачів.
33. Закони, правила, засоби дизайну та способи їх застосування.
34. Зовнішнє середовище суб'єкта видавничої справи: структура і впливи.
35. Ілюстрації в літературно-художньому виданні.
36. Інноваційні поліграфічні технології.
37. Квалілогія тексту як підстава редакторської діяльності.
38. Класифікації видавництва.
39. Ключові професії у видавничій діяльності.
40. Книжкові видання в системі видавничої продукції.
41. Кольорові моделі. Колометричні кола.
42. Композиційні норми редагування у різних видах видань.
43. Композиція літературно-художнього твору і робота редактора над нею.
44. Контент-аналізу тексту.
45. Концепція видання як основа видавничого проекту.
46. Критерії якості тексту ділової преси.
47. Літературне редагування в структурі журналістської діяльності.
48. Літературний редактор і його праця.
49. Літературні премії в Україні і їх вплив на успіх видань.
50. Логічні норми редагування у різних видах видань.
51. Методика бібліографування.
52. Методика видавничого аналізу літературно-художнього твору.
53. Методика редакторського аналізу розкриття теми.
54. Міжнародні нормативні документи з питань видавничої діяльності.
55. Мовностилістичні особливості як детермінанта в підготовці літературно-художніх видань.
56. Моделі видання наукової періодики в умовах відкритого доступу.
57. Модульна система конструювання газет, книг, журналів та електронних ресурсів.
58. Мотиваційний аналіз політичних текстів.
59. Мотиваційний аналіз рекламних текстів.
60. Оперативна поліграфія.
61. Оправи, обкладинки та їх види.
62. Організація бібліографічної діяльності в Україні.
63. Організування роботи суб'єкта видавничої діяльності.
64. Основна і службова частини книжкового видання.
65. Основні етапи створення та державної реєстрації видавництва.
66. Основні компетенції редактора і сфери застосування редакторської праці.
67. Основні осередки видавничої діяльності в Україні та світі.
68. Особливості бібліографічного опису електронних ресурсів.
69. Особливості роботи редактора з серійними виданнями художньої літератури.
70. Особливості шрифтового оформлення електронного видання.
71. Оформлення бібліографічних посилань відповідно до ДСТУ 8302:2015.
72. Патогенний текст.
73. Перевидання творів письменників-класиків.
74. Передмова, вступна стаття, післямова, супровідна стаття у книжковому виданні.
75. Підрахунок обсягу видання.

76. Післядрукарська обробка поліграфічної продукції.
77. Поліграфічні прийоми оздоблення друкованої продукції.
78. Помилки та їх види.
79. Послідовність редакційного опрацювання авторського оригіналу.
80. Початки академічного книговидання (1918–1928).
81. Права третіх осіб у видавничій діяльності.
82. Правила дизайну як спосіб структуризації інформації
83. Правила застосування кольору в друкованому та електронному виданні.
84. Правова і нормативна системи видавничої діяльності.
85. Правова регламентація співпраці видавця з авторами, співавторами, спадкоємцями.
86. Правова регламентація видавничої діяльності.
87. Правові обмеження у діяльності видавництв.
88. Прийоми композиції видання.
89. Примітки і вимоги до їх оформлення.
90. Принцип і способи розміщення ілюстрацій у друкованих виданнях
91. Принципи роботи хмарної друкарні.
92. Проблеми авторського права у діяльності видавництв.
93. Проект «OPEN JOURNAL SYSTEM» як нова модель роботи редакції наукової періодики.
94. Психологія сприйняття кольору. Вибір палітри для різних демографічних груп.
95. Редагування творів класичної літератури.
96. Редагування: сутність, цілі, види і сфери застосування.
97. Редакторський аналіз і оцінювання авторського оригіналу. Редвисновок.
98. Редакторські посади.
99. Редакційне оформлення коментарів.
100. Ринок видань для дітей в Україні та світі.
101. Ринок літературно-художніх видань в Україні та світі.
102. Ринок навчальних видань в Україні та світі.
103. Рівень охорони прав авторів літературних творів відповідно до українського та міжнародного законодавства.
104. Система рубрикації в книжкових виданнях.
105. Соціолінгвістичне дослідження тексту у редакційно-видавничому процесі.
106. Специфіка видавничої підготовки літературно-художнього видання.
107. Співпраця видавництва з автором у створенні ефекту очікування літературно-художнього видання.
108. Співпраця редактора з письменником.
109. Становлення літературного редагування як професійної діяльності в Україні.
110. Структура видавництва та її типи.
111. Структура книжкового видання.
112. Структура літературно-художнього твору.
113. Сутність, структура й інфраструктура видавничої справи.
114. Сучасний стан української поліграфічної галузі.
115. Сучасні тенденції в розвитку видавничої справи.
116. Текст як простір діяльності редактора.
117. Технології web2.0 у текстотворенні.
118. Технологічні особливості основних способів друку.
119. Технологія верстки, послідовність роботи над документом та основні параметри програм QuarkXPress чи Adobe InDesign.
120. Типологічний аналіз літературно-художніх видань.
121. Фірмовий стиль і його носії
122. Формати й обсяги книжкових видань.
123. Формати та розмірні параметри книжкових, журнальних і газетних видань.

124. Функціональні обов'язки фахівців, які працюють над оформленням видання.
125. Характеристики кольору. Типи колірної символіки.
126. Художні засоби дизайну медій.
127. Художньо-мовленнєва організація літературного твору як простір роботи редактора.
128. Цифровий друк як вид оперативної поліграфії.
129. Цифрові технології тиражування видавничої продукції.
130. Читання як чинник видавничої діяльності.
131. Шрифтові та не шрифтові виділення в текстах друкованих видань.

Спеціалізація Електронні видання

1. Алгоритм планування роботи онлайн-редакції: розподіл обов'язків, тактичне та стратегічне планування. Узгодження очікувань журналістського колективу, власників й аудиторії.
2. Види мультимедійних технологій інтернет мережі.
3. Візуальний складник інтерактивної інфографіки й основні онлайн-інструменти для її створення.
4. Етапи розвитку мережі Web 1.0, 2.0, тенденції до формування 3.0.
5. Жанри, які виникли завдяки розвитку інтернет-медіа.
6. Жанри, які виникли завдяки розвитку інтернет-медіа.
7. Зміни, що відбулися у традиційних медіа-жанрах з розвитком онлайн-видань.
8. Зміни, що відбулися у традиційних медіа-жанрах з розвитком онлайн-видань.
9. Інструменти для дизайну та верстки лонггідів.
10. Комерційні моделі інтернет-медіа.
11. Концепція конвергентної редакції та принципи її роботи.
12. Лонггід як формат подачі об'ємної текстової, візуальної та мультимедійної інформації.
13. Методи вимірювання аудиторії, доступних редакторів інтернет-медіа.
14. Методи вимірювання аудиторії, доступні редакторів інтернет-медіа.
15. Методи просування Youtube-каналу
16. Найважливіші прийоми актуалізації інтернет-заголовків.
17. Найважливіші прийоми актуалізації інтернет-заголовків.
18. Орієнтири для визначення випусковим редактором інтернет-медіа «порядку денного».
19. Орієнтири для визначення випусковим редактором інтернет-медіа «порядку денного».
20. Основи функціонування, переваги та недоліки конвергентної редакції.
21. Основні вимоги до концепції інтернет-медіа
22. Основні вимоги до концепції інтернет-медіа.
23. Основні відмінності у подачі інформації в мережі та в офлайнових медіа.
24. Основні відмінності у подачі інформації в мережі та в офлайнових медіа.
25. Основні прийоми пошукової оптимізації, які можуть використовувати в медіа.
26. Основні принципи Social Media Marketing.
27. Основні принципи підготовки інтернет-медіа до залучення рекламодавців.
28. Основні проблеми ексклюзивності інформації в мережі. Робота з власним та запозиченим контентом.
29. Основні типи монетизації трафіку, які використовують у медіа.

30. Основні характеристики інтернет-аудиторії, важливі для рекламодавців. Інструментарій визначення цільової аудиторії інтернет-медіа.
31. Основні характеристики інтернет-аудиторії, важливі для рекламодавців.
32. Послідовність розроблення і складники концепції онлайн-ЗМІ.
33. Правила перевірки інформації для мережевих видань, фактчекінг.
34. Правила творення заголовків для мережевих текстів. Форматування та оформлення журналістського інтернет-тексту.
35. Прийоми пошукової оптимізації, придатні для використання в медіа.
36. Принцип кросплатформності як альтернатива конвергентності медіа.
37. Принципи сприйняття інформації в інтернеті.
38. Стадії розвитку інтернет-ресурсу.
39. Статичні та динамічні електронні видання. «Нові медіа» та «соціальні медіа».
40. Стратегія розвитку та редакційна політика інтернет-медіа.
41. Технічні та технологічні аспекти веб-верстки. Опишіть принципи сприйняття інформації в інтернеті.
42. Характеристики соціальних мереж -офлайн
43. Характеристики соціальних мереж офлайн. Структура соціальної мережі і характеристики її учасників.

IV

Практичне завдання з фаху

(Зразки текстів для редагування)

Зредагуйте текст, застосовуючи коректурні знаки

Найбільш вражаючих успіхів досягли Ради в ліквідації неписьменності. Під час революції письменними були близько 40 % міського населення; через 10 років уже 70 %. На селі на протязі цього періоду письменність зростає з 15% до понад 50 %. Оскільки масова освітня компанія велася українською мовою, то розповсюдження освіти означало й поширення українізації серед молоді країни. Аналогічне відродження переживала україномовна преса, яку жорстко придушував царський режим і для якої перші роки радянської влади не були самими сприятливими. У 1922 р. з усіх публікованих на Україні книжок лише 27 % виходили на українській мові. До 1927 року українською мовою налічувалось більш як половина книжок, а в 1933 р. з 426 газет республіки 373 можна було прочитати рідною мовою .

Із-за політики українізації українська мова перестала бути романтичною й малозрозумілою ідеєю-фікс крихітної групки інтелігенції чи ознакою відсталого селянства.

Однак негативне відношення до радянської влади, до її політики викликало значну еміграцію діячів літератури і мистецтва. Твори письменників-емігрантів донедавна замовчувалися або спотворювалися, вони були огульно віднесені до буржуазно націоналістичних. В свою чергу стара інтелігенція, зокрема й художня, не влаштувала нову владу ні кількісно, ні своїм світоглядом. Було поставлено завдання виховання, навчання робітничо-селянської інтелігенції. Культура ставала частиною політики правлячої партії, мала виконувати її соціальне замовлення, суворий партійнодержавний контроль став всеохопним.

Зредагуйте текст, застосовуючи коректурні знаки

Перші заходи по українізації мали на меті розширення вживання української мови. У 1922 р. на одного члена Компартії України який постійно вживав українську мову припадало семеро тих, хто розмовляв лише російською, в уряді ж це співвідношення було 1 до 3-ох. У серпні 1923-ого, щоб усунути цю диспропорцію партійні та урядові службовці отримали вказівку пройти спеціально організовані курси української мови.

У 1925 році чиновникам наказали послуговуватися українською мовою в усій урядовій переписці та публікаціях. У 1927 р. було наголошено, що все партійне діловодство вестиметься на українській мові. Попри відсутність ентузіазму серед багаточисленних неукраїнських членів уряду й партії нова політика дала вражаючі результати. Якщо в 1922 році українською мовою велося менш як 20 % урядових справ, то в 1927-му – вже 70 %.

Також зросло число українців в урядових установах. У 1923 році українці склали лише 35 % серед урядових службовців і 23 % серед членів партії. До 1927 рр. їх доля складала відповідно 54% й 52 %. Однак отримавши більшість українці в своїй переважній більшості зосереджувалися на нижчих щаблях урядово-партійної ієрархії. Наприкінці 1920-тих років їхнє представництво в ЦК не перевищувало 25 %.

Компанія українізації охопила всі аспекти життя Радянської України. Найбільший вплив вона справила на освіту. Ради приділяли велику увагу шкільництву. Такий інтерес пояснюється кількома чинниками: з ідеологічного погляду, щоб слугувати зразком нового ладу, радянське суспільство мало бути освідченим; більше того, освічене населення збільшувало виробничий потенціал і міць держави; і нарешті, освіта надавала чудові можливості прививати новим поколінням радянські цінності.

Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «реклама та зв'язки з громадськістю»

I

Диктант (нижче подано зразки)

Острозька школа

Острозька школа, або, як її подекуди називали і свої, і чужі, «академія», була в той час славна на всю Україну. Її заснував князь Василь-Костянтин як протипагу єзуїтським ліцеям, у котрих вчили польської і латини.

Початок Острозької школи припадає на рік 1580. До того часу була тут школа нижча, яких тоді багато було в Україні, тому вона не могла нічим відзначитися.

Для початку князеві належало зібрати якнайкращих на ті часи вчених мужів, здатних піднести на вищий рівень науку в майбутньому академічному осередку. Князь добирав собі людей, де лише про них міг довідатися, спроваджував їх до Острога і наділяв своєю княжою ласкою. Одним із першопрохідців української освіти був Герасим Смотрицький, український шляхтич із міста Смотрича, від назви якого, власне, й походить його прізвище.

На час запрошення до Острога Смотрицький служив міським писарем у Кам'янці. Не знаємо, де він учився і яку мав освіту, однак можемо сказати напевно, що для посади міського писаря треба було мати освіту, і не поверхову. Князь Василь-Костянтин переконав обізнаного в науках шляхтича перебраться до острозького маєтку, де доручив йому важливе завдання з розбудови школи.

Немає докладних відомостей про те, яким був план навчання в тій школі. З листа Захарії Копистенського бачимо, що навчали там, окрім слов'янської, себто старослов'янської, мови, також латинської і грецької, а ще – теології, філософії, астрономії, математики і риторики.

Поволі зібрався під патронатом князя Острозького значний гурток учених, який узявся за видання книжок. Вікопомним ділом стало видання Біблії з передмовою Герасима Смотрицького – так званої Острозької Біблії (за А. Чайківським).

242 слова

II

Питання з історії України

1. Походження українського народу.
2. Київська Русь як держава українського народу.
3. Галицько-Волинське князівство як держава українського народу.
4. Місце Берестейської унії в історії України.
5. Внесок української інтелігенції в розвиток освіти й наукових знань в ХУІ ст.
6. Постать Дмитра Вишневецького в історії України.
7. Культура України першої половини ХУІІ ст.
8. Козацька старшина як українська політична еліта доби Гетьманщини.
9. Конотопська битва в історії України.
10. Три поділи України між Москвою і Польщею в 17 столітті.
11. Постать Івана Сірка в історії України.
12. Полтавська битва в історії України.
13. Участь українського козацтва в освоєнні Слобожанщини та Кубані.
14. Українські землі в складі Австрійської імперії.
15. Українська культура в добу Гетьманщини.
16. Значення творчості Тараса Шевченка, Івана Франка та Лесі Українки для відродження української державності.
17. Постать Миколи Міхновського в історії України.
18. Центральна Рада в боротьбі за відродження української держави. III і IV

Універсали.

19. Ставлення більшовиків до української державності.
20. Берестейський договір 1918 року.
21. Злука ЗУНР і УНР. Акт Соборності.
22. Варшавський договір 1920 року.
23. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні в ХХ столітті.
24. Українізація поза межами УСРР.
25. Організації українських націоналістів (ОУН).
26. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
27. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
28. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
29. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
30. Внесок українського народу в перемогу.
31. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
32. Основні напрямки перебудови М. Горбачова та її наслідки.
33. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
34. Проголошення незалежності України.
35. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з професійної підготовки

Зв'язки з громадськістю:

1. PR-агенція: цілі, функції, методи роботи.
2. PR-діяльність організації в інтернеті: завдання mass relations (масової комунікації), group relations (взаємовідносин із групами) та media relations (стосунків із ЗМІ).
3. Види продуктів медіааналітики: інформаційний бюлетень, press-report, тематична аналітична записка, аналіз медіа-образу компанії, психологічний медіа-портрет. Контент-аналіз.
4. Внутрішні PR-документи: види, особливості застосування.
5. Глобалізація професійної системи зв'язків з громадськістю ХХ ст.: міжнародні асоціації.
6. Громадська думка в контексті PR-діяльності: генезис, структура, функції, технології формування.
7. Діяльність найвідоміших PR-фахівців ХХ ст.
8. Еволюція політичної комунікації у Середні віки (Фома Аквінський, Роджер Бекон, Мішель Монтень, Еразм Ротердамський, Ніколо Макіавеллі).
9. Етика і професійні стандарти у зв'язках з громадськістю.
10. Завдання, інструменти, форми та методи PR-діяльності в мережі інтернет.
11. Зародження основ паблік рилейшнз у США.
12. Зв'язки з громадськістю державних органів влади: психологічні та організаційні особливості.
13. Зв'язки з громадськістю та пропаганда, журналістика, реклама (спільне та відмінне).
14. Зовнішні PR-документи: види, особливості застосування.
15. Імідж: види, функції, структура, методи та засоби формування.
16. Інноваційні PR-технології ХІХ ст.: досвід країн Європи.
17. Інституалізація та правові основи діяльності паблік рилейшнз в Україні.
18. Інформаційне планування PR-кампанії.
19. Канали висловлення громадської думки, особливості взаємодії з державними, політичними, економічними та іншими соціальними інститутами.

20. Комунікація в державній і політичній сферах за часів Київської Русі, основні аспекти дохристиянської і ранньохристиянської комунікацій.
21. Кризовий план і планування кризових комунікацій. Група кризових комунікацій: принципи її комплектування, основні сфери діяльності.
22. Критерії і показники ефективності PR-кампанії.
23. Моніторинг інформаційного поля як основа інформаційної політики організації.
24. Напрямки PR-діяльності некомерційних організацій.
25. Основні інструменти та методи ведення сучасних інформаційних війн.
26. Основні історичні віхи розвитку публік рилейшнз у XX ст., геополітична специфіка.
27. Основні моделі управління зв'язками з громадськістю.
28. Основні функції та особливості організації PR-служб у фінансовій галузі.
29. Особливості діяльності прес-служб за умов кризових та надзвичайних ситуацій.
30. Особливості комунікацій українського козацтва часів Запорізької Січі.
31. Особливості політичних комунікацій у Давній Греції та Давньому Римі.
32. Особливості прес-конференції як способу оприлюднення важливої й поточної інформації. Брифінг як форма регулярного спілкування з представниками ЗМІ.
33. Особливості ресурсного планування і формування бюджету PR-кампанії.
34. План-графік, діаграма Ганта, мережевий графік: можливості інструментарію в рамках планування та організації PR-кампанії.
35. Планування PR-кампаній: стратегічний та оперативний підходи.
36. Поняття сучасної інформаційної війни, методи протидії інформаційним атакам.
37. Правові та організаційні основи діяльності PR-агенції.
38. Прес-релізи. Правила підготовки прес-релізів. Структурні елементи у прес-релізі. Вимоги до інформації у прес-релізі. Види прес-релізів.
39. Прес-служби у системі підрозділів зв'язків із громадськістю урядових структур.
40. Прес-тур як інформаційний захід для преси. Особливості проведення заходу.
41. Пропаганда як форма суспільної комунікації: форми, методи, жанрова різноманітність, найвидатніші фахівці.
42. Різновиди письмових інформаційно-аналітичних матеріалів, які готує прес-служба для ЗМІ.
43. Соціологія громадської думки: історія та методи дослідження, актуальні проблеми та найвидатніші дослідники.
44. Специфіка та основні форми діяльності спін-доктора в контексті сучасної інформаційної боротьби.
45. Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю.
46. Форми і ефективні методи організації PR-кампанії.
47. Форми і методи роботи сучасної прес-служби.
48. Форми та методи PR-діяльності.
49. Формування позитивного іміджу, управління репутацією в соціальних мережах, блогах, на корпоративних сайтах, інтернет-конференціях. SERM (Search Engine Reputation Management) – управління репутацією у пошукових системах.
50. Чутки як PR-інструмент: класифікація, шляхи і методи поширення, соціальні функції, методи управління та протидії.

Реклама:

1. Вербальна і невербальна комунікації у рекламі.
2. Використання нейролінгвістичного програмування у рекламі.
3. Відповідальність за порушення чинного законодавства України в галузі рекламної діяльності.
4. Гендерні стереотипи у рекламі: сила і слабкість, особливості сприйняття та дискримінаційні ідеали.

5. Епатажність як предмет комунікації, її ефективність у рекламі. Скандальна реклама.
6. Зародження та розвиток реклами в Північній Америці.
7. Зародження, становлення, специфічні особливості національних форм рекламування в країнах Західної Європи (Англія, Франція, Німеччина) у XVII-XVIII ст.
8. Засоби розповсюдження реклами. Основні критерії вибору каналу для розповсюдження реклами.
9. Західноєвропейський досвід рекламної діяльності у XX ст.
10. Інтегровані TTL-комунікації.
11. Інтернет-реклама: види, психологічні особливості сприйняття, переваги та недоліки.
12. Кількісні дослідження у рекламі та аналіз їх результатів.
13. Когнітивні механізми формування рекламного іміджу.
14. Маніпулятивні технології в політичній рекламі.
15. Місце реклами в системі маркетингових комунікацій.
16. Мотивація та стимулювання споживачів у рекламі.
17. Організація та функції відділу реклами, його структура, взаємодія з іншими службами.
18. Основні елементи фірмового стилю.
19. Основні етапи готовності цільової аудиторії до здійснення покупки: «рекламні сходи».
20. Основні етапи підготовки та проведення рекламної кампанії.
21. Основні етапи рекламного процесу.
22. Основні етапи розвитку реклами: причини і закономірності появи нового етапу, особливості комунікації, провідні жанри.
23. Основні міфотехнології сучасної реклами.
24. Основні показники і терміни медіапланування.
25. Особливості реклами на різних етапах життєвого циклу товару.
26. Особливості функціонування політичної реклами в Україні. Методи психологічного впливу. Прихована політична реклама.
27. Піраміда потреб А.Маслоу і мотивація споживачів у рекламі.
28. Планування, розрахунок і розподіл рекламного бюджету.
29. Правила написання рекламного тексту.
30. Правові засади рекламної діяльності в Україні. Основні положення Закону України «Про рекламу».
31. Протореклама у стародавньому світі: витоки, функції, форми, особливості комунікації.
32. Психологічні особливості інтернет-аудиторії в контексті рекламних комунікацій.
33. Рекламна агенція: її функції, структура та роль в організації рекламної діяльності.
34. Рекламний слоган: основні завдання, вимоги, критерії відбору.
35. Рекламний текст як основна одиниця рекламної комунікації.
36. Рекламні формули: механізми практичного застосування.
37. Розвиток рекламної справи в Україні на сучасному етапі.
38. Розробка стратегії рекламної кампанії.
39. Семіотика у рекламі. Семіотичні моделі реклами.
40. Складові рекламного тексту.
41. Соціальна реклама в Україні: механізми ефективного впливу.
42. Стереотипи та домінанти у рекламі.
43. Структура та рівні рекламного повідомлення.
44. Суспільно-економічні фактори становлення, провідні жанри, новаторство рекламних комунікацій у період Середньовіччя.
45. Сутність, класифікація, види та функції реклами.

46. Тенденції та перспективи розвитку Інтернет-реклами.
47. Типи творчих рекламних стратегій.
48. Функції та обов'язки менеджера з реклами.
49. Цільова аудиторія. Типи споживачів. Раціональний та емоційний типи споживачів.
50. Якісні дослідження у рекламі та аналіз їх результатів.

IV

Практичне завдання з професійної підготовки

(Зразки завдань із фаху)

1. Розробити PR-бриф для написання іміджевої статті (за вказаними вимогами).

Замовник – Інститут журналістики.

Тема – вступна кампанія 2017 року.

2. Запропонувати концепцію і стратегію рекламної кампанії – соціальна \ політична реклама (відповідно до спеціалізації студента)

3. Написати прес-реліз та визначити канали і форми його поширення (за вказаними умовами).

Замовник – Народний депутат від партії ... (за вибором студента).

Тема – анонсування зустрічі з виборцями.

Місце проведення зустрічі – за вибором студента.

4. Написати текст рекламного оголошення (за вказаними вимогами)

Замовник – Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка.

Мета – інформаційне оголошення про набір на навчання.

Цільова аудиторія – абітурієнти Інституту журналістики.

Вимога до складників оголошення: визначити та проілюструвати обов'язкові для рекламного оголошення в пресі художні та структурні елементи відповідно до ЗУ «Про рекламу» та правил складання рекламних оголошень.

Критерії:

- креативність;
- відповідність цільовій аудиторії;
- наявність структурних елементів.

5. Визначити цільову аудиторію, канали і мем-носій для поширення чутки (умови та мета завдання додаються).

Завдання – розповсюдити чутку про погану якість товарів компанії-конкурента на прикладі двох конкуруючих компаній: «ТНК» та «Укрнафта».

Мета – вибити компанію «ТНК» з вітчизняного ринку палива.

Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «кіно- і телемистецтво» Галузь знань 0202 Мистецтво

I

Диктант (нижче подано зразки)

Острозька школа

Острозька школа, або, як її подекуди називали і свої, і чужі, «академія», була в той час славна на всю Україну. Її заснував князь Василь-Костянтин як протипагу єзуїтським ліцеям, у котрих вчили польської і латини.

Початок Острозької школи припадає на рік 1580. До того часу була тут школа нижча, яких тоді багато було в Україні, тому вона не могла нічим відзначитися.

Для початку князеві належало зібрати якнайкращих на ті часи вчених мужів, здатних піднести на вищий рівень науку в майбутньому академічному осередку. Князь добирав собі людей, де лише про них міг довідатися, спроваджував їх до Острога і наділяв своєю княжою ласкою. Одним із першопрохідців української освіти був Герасим Смотрицький, український шляхтич із міста Смотрича, від назви якого, власне, й походить його прізвище.

На час запрошення до Острога Смотрицький служив міським писарем у Кам'янці. Не знаємо, де він учився і яку мав освіту, однак можемо сказати напевно, що для посади міського писаря треба було мати освіту, і не поверхову. Князь Василь-Костянтин переконав обізнаного в науках шляхтича перебраться до острозького маєтку, де доручив йому важливе завдання з розбудови школи.

Немає докладних відомостей про те, яким був план навчання в тій школі. З листа Захарії Копистенського бачимо, що навчали там, окрім слов'янської, себто старослов'янської, мови, також латинської і грецької, а ще – теології, філософії, астрономії, математики і риторики.

Поволі зібрався під патронатом князя Острозького значний гурток учених, який узявся за видання книжок. Вікопомним ділом стало видання Біблії з передмовою Герасима Смотрицького – так званої Острозької Біблії (за А. Чайківським).

242 слова

II

Питання з історії України

1. Походження українського народу.
2. Київська Русь як держава українського народу.
3. Галицько-Волинське князівство як держава українського народу.
4. Місце Берестейської унії в історії України.
5. Внесок української інтелігенції в розвиток освіти й наукових знань в ХУІ ст.
6. Постать Дмитра Вишневецького в історії України.
7. Культура України першої половини ХУІІ ст.
8. Козацька старшина як українська політична еліта доби Гетьманщини.
9. Конотопська битва в історії України.
10. Три поділи України між Московією і Польщею в 17 столітті.
11. Постать Івана Сірка в історії України.
12. Полтавська битва в історії України.
13. Участь українського козацтва в освоєнні Слобожанщини та Кубані.
14. Українські землі в складі Австрійської імперії.
15. Українська культура в добу Гетьманщини.
16. Значення творчості Тараса Шевченка, Івана Франка та Лесі Українки для відродження української державності.
17. Постать Миколи Міхновського в історії України.
18. Центральна Рада в боротьбі за відродження української держави. III і IV Універсали.
19. Ставлення більшовиків до української державності.
20. Берестейський договір 1918 року.
21. Злука ЗУНР і УНР. Акт Соборності.
22. Варшавський договір 1920 року.
23. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні в ХХ столітті.
24. Українізація поза межами УСРР.
25. Організації українських націоналістів (ОУН).
26. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
27. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
28. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.

29. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
30. Внесок українського народу в перемогу.
31. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
32. Основні напрямки перебудови М. Горбачова та її наслідки.
33. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
34. Проголошення незалежності України.
35. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з професійної підготовки Напрямок підготовки 6.020203 Кіно-, телемистецтво

Спеціалізація Диктор, телеведучий

I. Екранне видовище. Загальні питання акторської та екранної творчості.

1. Телевізійний ефект присутності.
2. Сценарій як основа екранного видовища.
3. Телевізійний сценарій. Його зміст та форма.
4. Дикторський текст. Зміст і форма.
5. Надзавдання – основний компонент драматургічної дії. Наскрізна дія.
6. Специфічний предмет виконавського мистецтва.
7. Визначальні принципи системи Станіславського.
8. Мізансцена, як відображення драматургічних стосунків персонажів.
9. Монтаж як засіб драматургічної організації екранного твору.
10. Принципи монтажно-зйомки.
11. Функції телебачення.
12. Особливості документального телебачення.
13. Особливості постановочного телебачення.
14. Зображальні засоби екранної виразності.
15. Звукові засоби екранної виразності.

II. Майстерність диктора та телеведучого в різних жанрових формах.

16. Основні види телевізійного мовлення.
17. Основні типи діяльності диктора та телеведучого.
18. Особливості роботи диктора новин та диктора закадрового тексту.
19. Диктор телебачення і радіо – спільне та відмінне.
20. Інформаційні жанри телебачення та особливості роботи телеведучого (бесіда, репортаж, інформаційний огляд).
21. Майстерність проведення інтерв'ю.
22. Майстерність телерепортера.
23. Майстерність проведення дитячих телевізійних програм
24. Ток-шоу як жанр телевізійного мовлення та особливості роботи його ведучого.
25. Творчий досвід і стильові манери українських телеведучих (за вибором)
26. Творчий досвід і стильові манери ведучих зарубіжного телебачення (за вибором).
27. Телевізійні конкурси, їх видові і жанрові форми.
28. Хіт-паради, прогнози погоди, лотереї, анонси та особливості роботи ведучого в цих жанрових формах.
29. Особливості роботи телеведучого в розважальних програмах.
30. Особливості роботи телеведучого в ранковому телевізійному випуску.
31. Особливості роботи ведучих конкурсних програм.
32. Драматургія телевізійного виступу.
33. Поняття цільової аудиторії та його вплив на особливості роботи телеведучого.

34. Телеведучий в ролі конферансьє.
35. Особливості роботи телевізійного спортивного коментатора.
36. Види та особливості телевізійної реклами та анонсування.
37. Поняття стилю. Взаємозалежність стилю ведучого та телевізійної програми.

III. Технологія роботи диктора і телевізійного ведучого.

38. Головні принципи телевізійного виступу.
39. Безпосередня підготовка телеведучого до екранного виступу.
40. Робота диктора і телеведучого з текстом.
41. Найпоширеніші недоліки мови на телеекрані.
42. Зовнішній вигляд телевізійного ведучого. Одяг, грим, макіяж.
43. Пластична культура телевізійного ведучого.
44. Колективна природа творчості в кіно і телебаченні. Робота ведучого в складі творчої групи.
45. Поняття іміджу телевізійного ведучого. Проблема публічності телеведучого.

IV. Творчий досвід театру, кіно і телебачення

46. «Театр корифеїв» та його провідні актори.
47. «Ефект Кулешова» та його значення для розвитку екранного мистецтва.
48. Творчість О.П.Довженка та його внесок в розвиток українського кіно. Фільм О. Довженка «Земля».
49. Український поетичний кінематограф, його стилістика та визначні представники.
50. Акторський ансамбль фільму І.А. Савченка «Богдан Хмельницький».
51. Структура українського телебачення.
52. Екранні «маски» німого кіно та значення творчості Ч. Чапліна
53. Аста Нільсен та Еміль Яннінгс – найвидатніші «зірки» дозвукowego кіно.
54. Голлівудська система «зірок» та її значення для розвитку кіно.
55. Наталя Ужвій у фільмі режисера М. Донського «Райдуга».
56. Іван Миколайчук – лідер «поетичної» генерації українських кіноакторів.
57. Богдан Ступка – «зірка» українського кіно.
58. Броніслав Брондуков – український Чаплін. 59. Дмитро Мілютенко – майстер гострохарактерних образів.
60. «Піонери» винаходу телебачення.

Спеціалізація Кіно-, телеоператорство

- I. Видовище. Загальні питання екранної творчості оператора.
 1. Телевізійний ефект присутності.
 2. Техногенні видовища. Поняття екранності.
 3. Кіно і телебачення: спільне й відмінне.
 4. Сценарій як основа екранного видовища.
 5. Творчий задум та головні етапи його формування.
 6. Специфічний предмет операторського мистецтва.
 7. Документи, в яких фіксується операторське вирішення фільму, постановочної телепрограми.
 8. Мізансцена, як відображення драматургічних стосунків персонажів. Оператор і мізансцена.
 9. Принципи монтажно-зйомки.
 10. Кіно і телебачення. Спільні та відмінні риси.
 11. Особливості роботи оператора документального телебачення.
 12. Особливості роботи оператора постановочного телебачення.

II. Телевізійне мовлення. Творчий досвід операторського мистецтва

13. «Люм'єрівська» та «мельєсівська» традиції в розвитку екранних мистецтв
14. «Ефект Кулешова» та його значення для подальшого розвитку кіно
15. Творча співпраця О.П. Довженка та оператора Д. Демуцького у фільмі «Земля».
16. Український поетичний кінематограф та майстерність його провідних операторів.
17. Основні етапи винаходу телебачення.
18. Структура сучасного українського телебачення. Основні види телевізійного мовлення.
19. Основні історичні етапи розвитку кінооператорського мистецтва.
20. Значення творчості Дзиги Вертова та М. Кауфмана для становлення українського документального кіно.
21. Творчість оператора Ю. Єкельчика (на прикладах фільмів О.П. Довженко «Щорс» та І.А. Савченка «Богдан Хмельницький»)
22. Операторська творчість Грегга Толанда (на прикладі фільму «Громадянин Кейн» режисера О. Уеллса).
23. Операторська творчість А. Головні (на прикладі фільмів «Мати», «Кінець Санкт-Петербургу» режисера В. Пудовкіна).
24. Зображальна стилістика оператора С. Урусевського (на прикладах фільмів М. Калатозова «Летять журавлі» та «Я – Куба»).
25. Зображальна стилістика радянської російської операторської школи (на прикладі одного з операторів за вибором дипломника).
26. Зображальна стилістика української операторської школи (на прикладі одного з операторів за вибором дипломника).
27. Визначальні тенденції сучасної світової операторської майстерності (на прикладі одного з операторів за вибором дипломника).
28. Українська операторська школа кінодокументалістики.
29. Мобільна синхронна камера та еволюція документального кіно.
30. Головні тенденції сучасної операторської майстерності на українському телебаченні.

IV. Виразальні засоби, техніка і технологія операторської творчості.

31. Телевізійний оператор в якості режисера подієвих зйомок.
32. Творчість і технологія роботи оператора в процесі внутрішньокадрового монтажу.
33. Система зображально-виразальних засобів кіно і телебачення.
34. Світло як виразальний засіб операторської творчості.
35. Динамічна камера як виразальний засіб операторської творчості.
36. Особливості використання об'єктивів з різною фокусною відстанню як засіб екранної виразності.
37. Основні характеристики об'єктивів.
38. Світлосила об'єктива та її значення для творчих можливостей оператора.
39. Об'єктиви з перемінною фокусною відстанню. Особливості їх використання.
40. Віртуальна реальність і комп'ютерна обробка зображення
41. Можливості об'єктивів у створенні просторової глибини кадру.
42. Використання допоміжних оптичних насадок і лінз.
43. Творче використання можливостей світлофільтрів на об'єктиві.
44. Експонетрія натурних та павільйонних кіно- і телевізійних зйомок.
45. Сучасні відеокамери та їх основні характеристики.
46. Використання особливостей об'єктивів та світлофільтрів при зйомці крупних планів.
47. Особливості кіноплівки та різниця між кінематографічним і телевізійним зображенням.
48. Система основних видів світла.
49. Робота оператора над кольором екранного зображення.

50. Класифікація відеокамер та їх основні характеристики.
51. Робота оператора у підготовчому періоді створення фільму, постановочної телепрограми. Операторська експлікація.
52. Типи і загальні характеристики освітлювальних приладів, задіяних у сучасному кіно- і телевиробництві.
53. Використання компенсаційних фільтрів для освітлювальних приладів.
54. Освітлювальна техніка та використання її можливостей в кіно і на телебаченні.
55. Особливості проведення зйомок у павільйоні та інтер'єрі з використанням штучного освітлення.
56. Робота оператора на натурі при природному освітленні. Характеристики природного освітлення в залежності від погодних умов та положення сонця над небосхилом.
57. Робота оператора на натурі з підсвіткою (електрична підсвітка, відбивачі та розсіювачі)
58. Види перспектив та їх використання у створенні зображення.
59. Особливості операторської роботи при зйомці музейних об'єктів та іконографічних матеріалів.
60. Техніка безпеки на зйомках.

Спеціалізація Режисура кіно і телебачення

I. Видовище. Драматургія. Історія та засади режисерської творчості. Виконавська майстерність.

1. Екранні видовища. Телевізійний ефект присутності.
2. Кіно і телебачення: спільне й відмінне.
3. Час – композиційна основа видовища. Час фізичний та психологічний.
4. Визначальні принципи системи Станіславського.
5. Дикторський текст. Його можливі форми.
6. Сценарій як специфічна форма організації екранного матеріалу. Його зміст та значення. Форми сценарних матеріалів.
7. Особливості створення документального і постановочного літературних сценаріїв.
8. Драматургічний аналіз твору.
9. Конфлікт та його значення для розвитку драматургії. Наскрізна дія.
10. Формування режисури як професії. Специфічний предмет режисури театру, кіно, телебачення.
11. Особливості роботи режисера з актором та виконавцем-неактором.
12. «Театр корифеїв» та його актори.
13. Життєвий шлях Леся Курбаса і творчі засади його режисерської школи.

II. Режисура як професія. Види і жанри телебачення.

14. Режисерський задум. Документи фіксації режисерського задуму.
15. Режисура документальна та постановочна.
16. Виробничі процеси та етапи створення фільмів і телевізійних програм.
17. Режисер як керівник творчого колективу.
18. Режисура як практична драматургія.
19. Режисура як практична психологія.
20. Режисура інформаційних жанрів телебачення.
21. Види телевізійного мовлення.
22. Основні жанрові форми інформаційного мовлення.
23. Основні жанрові форми інформаційно-аналітичного мовлення.
24. 23 Основні жанрові форми документально-художнього мовлення.
25. Основні жанрові форми художнього телевізійного мовлення.
26. Телевізійні конкурси, їх видові і жанрові форми.

27. «Драматизовані хроніки». Особливості драматургії, виконавської, операторської роботи, монтажу.
28. Режисура пізнавального телебачення.
29. Головні джерела екранного матеріалу.
30. Репортаж та відновлення факту – проблема життєвої правди в екранній документалістиці.
31. Основні жанрові форми телевізійного кіно та місце фільмів у програмах телебачення.
32. Спортивне телебачення. Особливості стилю.
33. Музичний кліп як жанр та його режисура.
34. Головні принципи побудови телевізійної програми. Телевізійні заставки.
35. Особливості роботи телеведучого в різних видових та жанрових формах телебачення.

III. Екранні виражальні засоби. Монтаж.

36. Зображальні засоби екранної виразності.
37. Звукові засоби екранної виразності.
38. Кадр, його компоненти.
39. Рух в кадрі. Види панорамування. Поняття внутрикадрового монтажу.
40. Мізансцена, як відображення драматургічних стосунків персонажів.
41. Музичне оформлення фільму, телепрограми.
42. Шуми як складовий елемент звукового образу фільму, телепрограми.
43. Виникнення та основні етапи становлення монтажу.
44. Загальна класифікація видів монтажу. Методи і форми оповідного монтажу.
45. Принципи комфортного монтажу і монтажної зйомки.
46. «Ефект Кулешова» та його значення для становлення мистецтва кіномонтажу

IV. Історичні етапи розвитку кінематографу.

47. Фільм Девіда Гріффіта «Нетерпимість» і його значення для формування кінематографічної мови
48. Фільм С.М. Ейзенштайна «Панцерник «Потьомкін» – шедевр світового кінематографу.
49. Фільм В.І. Пудовкіна «Мати» та його новаторство в галузі монтажної драматургії.
50. Творчість О.П. Довженка та його внесок в розвиток українського кіно. Фільм О. Довженка «Земля»
51. Фільм І.А. Савченко «Богдан Хмельницький» – найбільший здобуток українського історичного кіно.
52. Український поетичний кінематограф, його стилістика та визначні представники.
53. Іван Миколайчук – лідер «поетичної генерації» української школи кіноакторів
54. Поетичний кінематограф Юрія Ілленка та його органічний зв'язок з народною творчістю
55. Дзига Вертов – основоположник екранної кінопубліцистики. Вертовська теорія наскрізного монтажу. 55. Значення творчості Дзиги Вертова та М. Кауфмана для становлення українського документального кіно.
56. Кінематографічне відкриття Есфірі Шуб та його розвиток у сучасній кіно- й телепубліцистиці.
57. «Люм'єрівська» та «мельєсівська» лінії у кіномистецтві. Сучасний вияв цих тенденцій.

58. Визначальні ознаки школи італійського неореалізму.
59. Особливості стилю французької «Нової хвилі».
60. Основні етапи винаходу телебачення.

IV Практичне завдання з професійної підготовки

Розкрити ідею та завдання мистецького твору (за переліком, який визначається кафедрою КТМ).

Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «журналістика»

I

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Умови виникнення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
2. Структура поняття «соціальні комунікації».
3. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
4. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія соціальних комунікацій».
5. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство.
6. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: документознавство, архівознавство.
7. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія журналістики.
8. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія видавничої справи та редагування.
9. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: прикладні соціальнокомунікаційні технології.
10. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: соціальна інформатика.
11. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
12. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їх види.
13. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
14. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
15. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
16. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
17. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
18. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
19. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Масова комунікація в системі соціальних комунікацій.
22. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
23. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
24. Становлення і розвиток журналістичнознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем сучасної медіагалузі

1. Сучасні тенденції у медіагалузі: загальна характеристика.
2. Глобальні проблеми розвитку медіагалузі та їх український контекст.
3. Законодавче забезпечення української медіагалузі: сучасний стан.
4. Загальна характеристика відмінностей між традиційною та мультимедійною редакціями.
5. Інтерактивні та мультимедійні інструменти сучасної журналістики.
6. Процес глобалізації контенту у медіа. Сучасний медіаконтент: види, функції.
7. Блогерство як феномен сучасної журналістики.
8. Шляхи залучення аудиторії до процесу творення та поширення контенту.
9. Монетизація медіаконтенту.
10. Адаптація контенту ЗМІ для різних медіаплатформ.
11. Рерайт у медіасфері: культурний, економічний та правовий аспекти.
12. Плагіат у медіасфері: витоки явища, різновиди та відповідальність, що передбачена українським законодавством.
13. Перевірка достовірності джерел, правові наслідки поширення неправдивої інформації.
14. Міграція медіаформатів.
15. Основні актуальні проблеми у галузі періодичної преси в Україні.
16. Стан муніципальної преси України.
17. Процес конвергенції і його реалізація у редакціях телевізійних організацій.
18. Основні актуальні проблеми сучасної телевізійної галузі в Україні.
19. Сучасний телевізійний ринок України: стисла характеристика.
20. Основні тренди українського телебачення.
21. Сфера українського приватного телевізійного мовлення: загальна характеристика.
22. Шляхи отримання прибутку телевізійними медіаорганізаціями.
23. Основні актуальні проблеми радіогалузі в Україні.
24. Сучасні українські радіоорганізації: стисла характеристика.
25. Основні актуальні проблеми галузі нових медіа в Україні.
26. Коментування на сайтах: характеристика явища як інструменту комунікації, модерація, проблеми відповідальності.
27. Рекламний ринок нових медіа.
28. Рекламний ринок періодичної преси.
29. Рекламний ринок радіомовлення.
30. Рекламний ринок телебачення.
31. Суспільне мовлення в Україні: історія створення, завдання, функції.
32. Українська система іномовлення: історія створення, реформування, завдання, функції.
33. Процес роздержавлення медіа в Україні.
34. Цифрове мовлення в Україні та світі.
35. Нові технології та криза в медіагалузі.
36. Інформаційні, асиметричні, гібридні війни та проблеми медіагалузі.
37. Фейкова інформація в медіа: проблеми творення, поширення, боротьби.
38. Зникання світоглядної журналістики як проблема української медіагалузі.
39. Відсутність конкуренції в медіасередовищі як ознака втрати якості медійного продукту: український контекст.
40. Переваги журналістики даних.
41. Візуалізація інформації та інфографіка в медійному контенті.
42. Мобільні медійні додатки як запит аудиторії та часу.
43. Соціальні медіа в журналістській роботі: особливості використання.
44. Медіа та соціальні мережі: співіснування, взаємодія?
45. Етичні цінності у сучасній медіагалузі.

46. Криза довіри до медіа.
47. Проблеми становлення та формування українського інформаційного простору після проголошення Незалежності України і дотепер.
48. Медіа та маніпулювання громадською думкою.
49. Медіа та формування національної ідентичності.
50. Виробництво новин: нові технології, зміни тенденцій.

II

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

1. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
2. Аналіз даних і різні типи статистичних процедур.
3. Вимоги до наукових методів.
4. Вимоги до спостерігачів у науковому спостереженні.
5. Генеральна сукупність і вибірка.
6. Дати порівняльну характеристику вимогам до написання статті і доповіді.
7. Експеримент у гуманітарних науках.
8. Експертне опитування як науковий метод. Вимоги до добору експертів.
9. Експертні оцінки. Метод Дельфі.
10. Етапи наукового дослідження.
11. Інтерв'ю як науковий метод. Класифікація інтерв'ю.
12. Історичний і біографічний методи.
13. Кількісний і якісний аналіз.
14. Кількісні і якісні різновиди опитувань.
15. Класифікації документів.
16. Класифікації методів наукових досліджень.
17. Класифікація видань як перший етап моделювання ЗМІ.
18. Класифікація запитань. Запитання як індикатори.
19. Класифікація опитувань. Вимоги до опитування.
20. Контент-аналіз.
21. Критерії ефективності реклами.
22. Критерії науковості знань.
23. Матриця даних. Формування матриці даних.
24. Методи аналізу текстів.
25. Методи маркетингових досліджень.
26. Методологія прикладних соціальних досліджень Д. Кемпбела.
27. Моделі прогнозування за допомогою часових рядів.
28. Можливі причини низької валідності експертного опитування.
29. Описовий і природничо-науковий підходи.
30. Опитування як науковий метод.
31. Основні засади моніторингу.
32. Охарактеризувати вступну частину магістерської дисертації.
33. Охарактеризувати методи наукових досліджень, що застосовуються в дослідженні соціальних комунікацій.
34. Оцінювання ефективності рекламних і PR-кампаній.
35. Перевірка причинно-наслідкових відносин.
36. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань.
37. Причинно-наслідкові моделі.
38. Прогнозування у наукових дослідженнях.
39. Проективні методики.
40. Психодіагностика як науковий метод.
41. Специфіка наукової діяльності.

42. Специфіка об'єктів дослідження суспільних наук. Вимірювання як шкалування.
43. Спостереження як науковий метод.
44. Структура і логіка наукового дослідження. Достовірність даних і доказовість висновків.
45. Типологічний аналіз.
46. Фактори, що загрожують внутрішній та зовнішній валідності. Шляхи їх подолання.
47. ШОУ, «проблемне колесо».

Питання з теорії та історії журналістики

1. Структура та наукові засади розвитку соціальних комунікацій
2. Поняття про соціально комунікаційні інститути та їх види
3. Журналістика в системі соціальних комунікацій
4. Основні тенденції розвитку медіа галузі в незалежній Україні
5. Специфіка й складові майстерності професії журналіста
6. Суспільство і соціальна інформація
7. Теорія та методика журналістської творчості
8. Журналістика думки, власного погляду на проблеми й «нова» журналістика
9. Явище глобалізації та його вплив на медіа середовище
10. Журналістика як система засобів масової інформації
11. Світові тенденції в зміні структури медіа та їх відображення в українському медіа просторі
12. Державна регуляторна політика в медіа сфері в умовах глобалізації
13. Місце і роль ЗМІ в системі політичних інститутів держави
14. Світові тенденції у зміні структури медіа та їх відображення в українському медіа просторі
15. Аналіз тенденцій співпраці телерадіоорганізацій та держави
16. Критерії дієвості, ефективності й результативності в журналістиці
17. Організація діяльності друкованих ЗМІ
18. Свобода преси в контексті історичного розвитку медіа галузі
19. Поняття й особливості «декларативної», «педагогічної» й «адвокатської» журналістики
20. Телерадіоорганізації як освітній соціальний інститут
21. Становлення і розвиток журналістської думки в системі наук про соціальні комунікації
22. Загальна характеристика основних тенденцій розвитку і трансформації у галузі телебачення і радіомовлення
23. Процес конвергенції і його реалізація в редакціях телевізійних організацій
24. Права та обов'язки журналіста відповідно до Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) України»
25. Структура інформаційної діяльності, види та засоби передачі інформації в журналістиці
26. Процес дегіталізації його реалізація в редакціях радіостанцій
27. Гуманізм як принцип журналістської діяльності
28. Соціальна відповідальність та професійна компетентність журналіста
29. Загальна характеристика відмінностей між традиційною і мультимедійною телерадіоредакціями
30. Державна регуляторна політика в сфері ТБ і РМ в умовах глобалізації
31. Джерела інформації та режим доступу до неї
32. Історія зародження та шляхи розвитку української журналістики
33. Етичні принципи засобів масової інформації
34. Світові тенденції у зміні структури ТБ і РМ та їх відображення в українському медіа просторі
35. Характеристика відмінностей між традиційною та мультимедійною журналістикою

36. Глобалізаційні та локальні процеси у телерадіоорганізаціях (гіперглобалізація)
37. Сучасні тенденції в розвитку ЗМІ (монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація, комерціалізація)
38. Специфічні особливості різних засобів масової інформації
39. Адаптація контенту ТБ і РМ для різних медіа платформ
40. Взаємодія владних, політичних та громадських інституцій і журналістики
41. Шляхи залучення аудиторії до процесу творення та поширення телерадіо контенту
42. Інтерактивні та мультимедійні інструменти сучасної журналістики
43. Основні проблеми радіомовлення в Україні
44. Конвергенція медіа організацій, її особливості на сучасному етапі розвитку суспільства
45. Загальні відомості про телевізійний ринок України
46. Система принципів сучасної журналістики
47. Європейська конвенція з прав людини (1950 р.) і її вплив на діяльність засобів масової комунікації
48. Шляхи залучення аудиторії до процесу творення та поширення медіа контенту
49. Інструменти коментування на сайтах: модерація та проблеми відповідальності
50. Явище глобалізації та її вплив на цифрове медіа середовище
51. Загальні відомості про українські радіоорганізації
52. Блогерство як феномен нової журналістики
53. Характеристика понять «журналістика», «соціальні комунікації», «засоби масової інформації», «засоби масової комунікації», порівняльний аналіз цих визначень, розкриття спільного й відмінного
54. Сучасні типологічні моделі періодичних видань. Навести приклади
55. Місце і роль журналістики в масово-комунікаційних відносинах демократичного суспільства
56. Основні тренди українського телебачення
57. Приватні та державні канали. Український та зарубіжний досвід
58. Історія журналістики й журналістикознавства: методологія дослідження, здобутки, проблеми
59. Телевізійні медіа холдинги
60. Способи отримання прибутку телевізійними медіа організаціями
61. Вітчизняна й міжнародна практика у галузі інформаційної політики й інформаційного обміну
62. Плагіат: витоки явища, різновиди та відповідальність, що передбачена українським законодавством
63. Цифрове радіомовлення в Україні
64. Міждисциплінарні дослідження засобів масової комунікації
65. Роль засобів масової інформації в прискоренні процесів національного відродження в Україні
66. Основні принципи сучасної журналістики
67. Свобода слова в незалежній Україні, проблеми її реалізації
68. Українське телебачення й радіомовлення в Інтернеті
69. Законодавча база сучасних українських мас медіа
70. Сучасні теорії свободи преси в журналістській діяльності
71. Журналістика інтерпретації й точна журналістика – їхня специфіка й особливості відображення реальної дійсності
72. Міжнародні кодекси професійної етики журналістики
73. Творча діяльність журналістів у контексті інформаційного законодавства України
74. Рекламний ринок телебачення й радіомовлення в Україні
75. Професійні стандарти в журналістиці
76. Особливості візуалізації журналістського тексту

77. Загальна характеристика журналістських жанрів, їх дифузія й трансформація в сучасних умовах суспільного розвитку
78. Методологія підготовки матеріалу та реалізації творчого задуму в журналістиці
79. Інформаційні жанри, їх специфіка, принцип «перевернутої піраміди»
80. Журналіст як суб'єкт масово-інформаційної діяльності
81. Докази та аргументи, специфіка образності в журналістському тексті
82. Умови спеціалізації журналіста, семантичний, синтаксичний та прагматичний аспекти творчості
83. Загальні поняття про джерела й методи збору інформації
84. Група аналітичних жанрів сучасних мас медіа
85. Спостереження як метод збирання інформації та його види
86. Функції сучасної журналістики
87. Група художньо-публіцистичних жанрів. Природа і специфіка журналістського аналізу
88. Специфічні ознаки журналістського тексту, на відміну від наукового й художнього
89. Методи збору та перевірки достовірності інформації в журналістиці
90. Поняття менеджменту в журналістиці. Його основні принципи і функції
91. Методологія управління редакційним колективом. Міжнародний та вітчизняний досвід
92. Муніципальне телерадіомовлення в Україні
93. Складові редакційного маркетингу: продукт, ціна аудиторія. Особливості їх поєднання і взаємодії
94. Розробка бізнес-плану періодичного видання: його автори й складові
95. Особливості й принципи комунікативного зв'язку редакції періодичного видання з читацькою аудиторією
96. Методи підвищення ефективності роботи редакційних колективів
97. Формати телепрограм
98. Стили керівництва редакційними колективами друкованих та електронних ЗМІ
99. Поняття й особливості «маркетингової стратегії» в ЗМІ

III

- Обговорення методів дослідження, що використовує у своїй кваліфікаційній роботі випускник магістратури (за матеріалами автореферату кваліфікаційної роботи випускника; автореферат подається випускником особисто на іспит членам ЕК).

Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «видавнича справа та редагування»

I

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

26. Умови виникнення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
27. Структура поняття «соціальні комунікації».
28. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
29. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія соціальних комунікацій».
30. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство.
31. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: документознавство, архівознавство.

32. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія журналістики.
33. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія видавничої справи та редагування.
34. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: прикладні соціальнокомунікаційні технології.
35. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: соціальна інформатика.
36. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
37. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їх види.
38. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
39. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
40. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
41. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
42. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
43. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
44. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
45. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
46. Масова комунікація в системі соціальних комунікацій.
47. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
48. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
49. Становлення і розвиток журналістичнознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
50. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем сучасної видавничої галузі

1. Принципи роботи хмарної друкарні.
2. Оперативна поліграфія.
3. Сучасний стан української поліграфічної галузі.
4. Етапи додрукарської підготовки видавничого продукту.
5. Технологічні особливості основних способів друку.
6. Поліграфічні прийоми оздоблення друкованої продукції.
7. Післядрукарська обробка поліграфічної продукції.
8. Методика бібліографування.
9. Передмова, вступна стаття, післямова, супровідна стаття у книжковому виданні.
10. Видова класифікація бібліографії.
11. Бібліографічний опис: зони, елементи і вимоги до складання відповідно до ДСТУ ГОСТ 7.1:2006.
12. Організація бібліографічної діяльності в Україні.
13. Оформлення бібліографічних посилань відповідно до ДСТУ 8302:2015.
14. Видавнича діяльність Наукового товариства імені Шевченка.
15. Видавнича діяльність Українського наукового товариства у Києві.
16. Жанри наукової літератури. Загальна характеристика.
17. Моделі видання наукової періодики в умовах відкритого доступу.
18. Проект «OPEN JOURNAL SYSTEM» як нова модель роботи редакції наукової періодики.
19. Бібліографічний опис електронних ресурсів.
20. Сутність, структура й інфраструктура видавничої справи.
21. Видавнича діяльність і її суб'єкти.
22. Ключові професії у видавничій діяльності.
23. Правова і нормативна системи видавничої діяльності.

24. Міжнародні нормативні документи з питань видавничої діяльності.
25. Громадські організації у видавничій сфері.
26. Сучасні тенденції в розвитку видавничої справи.
27. Видавництво — провідний суб'єкт видавничої діяльності.
28. Класифікації видавництв.
29. Організування роботи суб'єкта видавничої діяльності.
30. Зовнішнє середовище суб'єкта видавничої справи: структура і впливи.
31. Внутрішнє середовище суб'єкта видавничої діяльності.
32. Етичні виміри видавничої діяльності.
33. Видавнича продукція та її види.
34. Книжкові видання в системі видавничої продукції.
35. Структура книжкового видання.
36. Основна і службова частини книжкового видання.
37. Формати й обсяги книжкових видань.
38. Редакторський аналіз і оцінювання авторського оригіналу. Редвисновок.
39. Редагування: сутність, цілі, види і сфери застосування.
40. Видавничий портфель. Видавничий оригінал.
41. Основні компетенції редактора і сфери застосування редакторської праці.
42. Взаємодії редактора у структурі видавничого процесу.
43. Етичні засади діяльності редактора.
44. Читання як чинник видавничої діяльності.
45. Договори у видавничій діяльності: види, структура, обов'язкові елементи.
46. Проблеми авторського права у діяльності видавництв.
47. Правова регламентація співпраці видавця з авторами, співавторами, спадкоємцями.
48. Права третіх осіб у видавничій діяльності.
49. Основні етапи створення та державної реєстрації видавництва.
50. Правові обмеження у діяльності видавництв.
51. Композиційні норми редагування у різних видах видань.
52. Логічні норми редагування у різних видах видань.
53. Помилки та їх види.
54. Літературний редактор і його праця.
55. Текст як простір діяльності редактора.
56. Квалілогія тексту як підстава редакторської діяльності.
57. Типологічний аналіз літературно-художніх видань.
58. Методика видавничого аналізу літературно-художнього твору.
59. Ілюстрації в літературно-художньому виданні.
60. Робота редактора з серійними виданнями художньої літератури.
61. Співпраця видавництва з автором у створенні очікування літературно-художнього видання.
62. Редагування творів класичної літератури.
63. Перевидання творів письменників-класиків.
64. Система рубрикації в книжкових виданнях.
65. Використання стилю у програмі верстки. Принципи створення стилів та роботи з ними.
66. Технології web2.0 у текстотворенні.
67. Редакційне оформлення коментарів.
68. Примітки і вимоги до їх оформлення.
69. Оправи, обкладинки та їх види.
70. Особливості шрифтового оформлення електронного видання.
71. Технологія верстки, послідовність роботи над документом та основні параметри програм QuarkXPress чи Adobe InDesign.
72. Шрифтові та не шрифтові виділення в текстах друкованих видань.

73. Види зображень та форми візуалізації
74. Графічні ознаки шрифтів: елементи літери, гарнітура шрифту, накреслення, кегль шрифту. Класифікація шрифтів.
75. Функціональні обов'язки фахівців, які працюють над оформленням видання.
76. Послідовність редакційного опрацювання авторського оригіналу.
77. Формати та розмірні параметри книжкових, журнальних і газетних видань.
78. Принцип і способи розміщення ілюстрацій у друкованих виданнях
79. Характеристики кольору. Типи колірної символіки.
80. Кольорові моделі. Колометричні кола.
81. Правила застосування кольору в друкованому та електронному виданні.
82. Психологія сприйняття кольору. Вибір палітри для різних демографічних груп.
83. Закони, правила, засоби дизайну та способи їх застосування.
84. Елементи архітекtonіки видань, їх призначення, місце у структурі та способи застосування.
85. Прийоми композиції видання.
86. Динаміка, статика, симетрія в композиції.
87. Графічна концепція видання.
88. Фірмовий стиль і його носії.

Спеціалізація Книжкові видання

1. Типові помилки в навчальних виданнях для вишів.
2. Нормативні документи щодо технічного оформлення і поліграфічного виконання навчальних видань.
3. Види навчальних видань за призначенням і характером інформації.
4. Жанри дитячої художньої літератури.
5. Санітарно-гігієнічні норми видавничої продукції для дітей.
6. Робота редактора над ілюстраціями навчальних видань.
7. Основна специфіка шкільного підручника.
8. Видавнича продукція для дітей та підлітків.
9. Функціонально-цільове призначення енциклопедичних видань.
10. Загальна характеристика довідкових видань.
11. Апробація і рецензування енциклопедичного видання.
12. Ілюстративний матеріал в енциклопедичних виданнях.
13. Види довідникових видань.
14. Редакторська підготовка різних видів довідникових видань.
15. Рекламно-інформаційні видання.
16. Договірна робота з авторським колективом енциклопедичного видання.
17. Принципи підготовки перекладних видань.
18. Оформлення початкових і прикінцевих сторінок перекладних видань.
19. Проблематика авторського права в перевиданнях і перекладних виданнях.
20. Види перекладів та їх особливості.
21. Художньо-технічне редагування перевидань.

спеціалізація Електронні видання

1. Технічні та технологічні аспекти веб-верстки. Опишіть принципи сприйняття інформації в інтернеті.
2. Основні відмінності у подачі інформації в мережі та в офлайн-медіа.
3. Прийоми актуалізації інтернет-заголовків. Правила творення заголовків для мережеских текстів. Форматування та оформлення журналістського інтернет-тексту.
4. Зміни, що відбулися у традиційних медіа-жанрах з розвитком онлайн-видань. Жанри, які виникли завдяки розвитку інтернет-медіа.

5. Характеристики інтернет-аудиторії, важливі для рекламодавців. Інструментарій визначення цільової аудиторії інтернет-медіа.
6. Методи вимірювання аудиторії, доступні редакторів інтернет-медіа.
7. Вимоги до концепції інтернет-медіа
8. Принципи Social Media Marketing.
9. Характеристики соціальних мереж офлайн. Структура соціальної мережі і характеристики її учасників.
10. Концепція конвергентної редакції та принципи її роботи.
11. Прийоми пошукової оптимізації, придатні для використання в медіа.
12. Стадії розвитку інтернет-ресурсу.
13. Стратегія розвитку та редакційна політика інтернет-медіа.
14. Статичні та динамічні електронні видання. «Нові медіа» та «соціальні медіа».
15. Принцип кроссплатформності як альтернатива конвергентності медіа.
16. Види мультимедійних технологій інтернет мережі.
17. Лонгрід як формат подачі об'ємної текстової, візуальної та мультимедійної інформації.
18. Інструменти для дизайну та верстки лонгрідів.
19. Ексклюзивність інформації в мережі. Робота з власним та запозиченим контентом.
20. Правила перевірки інформації для мережевих видань, фактчекінг.
21. Візуальний складник інтерактивної інфографіки й основні онлайн-інструменти для її створення.
22. Алгоритм планування роботи онлайн-редакції: розподіл обов'язків, тактичне та стратегічне планування. Узгодження очікувань журналістського колективу, власників й аудиторії.
23. Етапи розвитку мережі Web 1.0, 2.0, тенденції до формування 3.0.
24. Основи функціонування, переваги та недоліки конвергентної редакції.
25. Прийоми пошукової оптимізації, які можуть використовувати в медіа.
26. Типи монетизації трафіку, які використовують у медіа.

II

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

1. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
2. Аналіз даних і різні типи статистичних процедур.
3. Вимоги до наукових методів.
4. Вимоги до спостерігачів у науковому спостереженні.
5. Генеральна сукупність і вибірка.
6. Дати порівняльну характеристику вимогам до написання статті і доповіді.
7. Експеримент у гуманітарних науках.
8. Експертне опитування як науковий метод. Вимоги до добору експертів.
9. Експертні оцінки. Метод Дельфі.
10. Етапи наукового дослідження.
11. Інтерв'ю як науковий метод. Класифікація інтерв'ю.
12. Історичний і біографічний методи.
13. Кількісний і якісний аналіз.
14. Кількісні і якісні різновиди опитувань.
15. Класифікації документів.
16. Класифікації методів наукових досліджень.
17. Класифікація видань як перший етап моделювання ЗМІ.
18. Класифікація запитань. Запитання як індикатори.
19. Класифікація опитувань. Вимоги до опитування.
20. Контент-аналіз.

21. Критерії ефективності реклами.
22. Критерії науковості знань.
23. Матриця даних. Формування матриці даних.
24. Методи аналізу текстів.
25. Методи маркетингових досліджень.
26. Методологія прикладних соціальних досліджень Д. Кемпбела.
27. Моделі прогнозування за допомогою часових рядів.
28. Можливі причини низької валідності експертного опитування.
29. Описовий і природничо-науковий підходи.
30. Опитування як науковий метод.
31. Основні засади моніторингу.
32. Охарактеризувати вступну частину магістерської дисертації.
33. Охарактеризувати методи наукових досліджень, що застосовуються в дослідженні соціальних комунікацій.
34. Оцінювання ефективності рекламних і PR-кампаній.
35. Перевірка причинно-наслідкових відносин.
36. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань.
37. Причинно-наслідкові моделі.
38. Прогнозування у наукових дослідженнях.
39. Проективні методики.
40. Психодіагностика як науковий метод.
41. Специфіка наукової діяльності.
42. Специфіка об'єктів дослідження суспільних наук. Вимірювання як шкалування.
43. Спостереження як науковий метод.
44. Структура і логіка наукового дослідження. Достовірність даних і доказовість висновків.
45. Типологічний аналіз.
46. Фактори, що загрожують внутрішній та зовнішній валідності. Шляхи їх подолання.
47. ШОУ, «проблемне колесо».

питання з теорії та історії видавничої справи та редагування

1. Книжковий сегмент видавничого ринку в Україні.
2. Журнальний сегмент видавничого ринку в Україні.
3. Газетний сегмент видавничого ринку в Україні.
4. Зарубіжний досвід розвитку видавничої галузі.
5. Видавнича справа як чинник розвитку українського соціуму.
6. Спадкоємність у творенні національної видавничої культури.
7. Увага та довіра — стратегічні ресурси у видавничих комунікаціях.
8. Складники видавничої культури.
9. Параметри культури медіавиробництва.
10. Критерії культури книжкового видання.
11. Методи вивчення читацької аудиторії.
12. Сторителінг як новітній спосіб організації медіадискурсу.
13. Бібліотека в системі сучасних видавничих комунікацій.
14. Актуальні тренди у видавничій справі.
15. Інтернаціоналізація та глобалізація як чинники трансформацій видавничого бізнесу.
16. Теорія технологічно модифікованого видавничого бізнесу.
17. Цифровізація видавничої та поліграфічної діяльності.
18. Видавнича конвергенція.
19. Видавнича комунікація та її рівні.

20. Мережеві та позамережеві форми й канали комунікаційної активності суб'єктів видавничої галузі.
21. Краудфандинг у видавничій діяльності.
22. Краудсорсинг і його типи.
23. Друк на вимогу та сервіси самопублікації як видавничі тренди.
24. Стратегічні зумовленості інноваційного розвитку видавничої справи.
25. Новації та інновації у видавничій справі.
26. Основні напрями інноваційної діяльності видавництва.
27. Еволюція розуміння інновації і поняттєвого апарату інноватики.
28. Джерела, сутність і завдання інноваційної політики видавництва.
29. Інноваційний потенціал видавництва.
30. Провідні інноваційні тенденції в сучасній видавничій справі.
31. Видавничі інновації як предмет наукових досліджень.
32. Інновації у книгорозповсюдженні.
33. Хмарні технології в сучасній видавничій практиці.
34. Сучасний стан і тенденції видавничої діяльності.
35. Еволюція концепцій розвитку історії видавничої справи у ХХ ст.
36. Концепція домінантного панування електронної книги.
37. Проблеми сучасної періодизації видавничої справи.
38. Роль книги в розвитку сучасного суспільства.
39. Еволюція читача в період дигіталізації книговидання.
40. Організаційна структура сучасного видавництва.
41. Гібридні видавництва.
42. Законодавство як детермінанта розвитку видавничої галузі.
43. Історія зародження і розвитку американського книговидання.
44. Глобалізація та монополізація на американському видавничому ринку.
45. Американське книговидання в контексті світової видавничої справи.
46. Тенденції книговидання США.
47. Електронне книговидання США.
48. Канали книгорозповсюдження у США.
49. Феномен Amazon від книгарні до законодавця видавничої моди.
50. Американські видавничі монополії.
51. Методика і методологія наукових досліджень видавничої справи.
52. Особливості редакторського опрацювання наукових текстів.
53. Професіограма редактора: зміст і структура.
54. Редактор як співавтор твору.
55. Специфіка та етапи авторської підготовки наукових текстів.
56. Стан і ключові тенденції в сучасній видавничій справі.
57. Становлення видавничої справи та редагування як професійної діяльності.
58. Сучасний стан і тенденції видавничої справи у світі.
59. Теоретичне і прикладне наукові дослідження видавничої справи.
60. Українські дослідники, дослідницькі центри теорії та історії видавничої справи та редагування.

блок дисциплін кафедри Соціальних комунікацій

61. Зв'язок прикладних соціально-комунікаційних технологій з маркетинговими технологіями.
62. Методологія та методи прикладних соціально-комунікаційних технологій.
63. Сутність медіадіяльності як комунікаційної технології.
64. Критерії ефективності позиціонування суб'єкта соціальної діяльності.
65. Інформаційний образ і його складники.
66. Критерії ефективної діяльності в системі зв'язків з громадськістю.
67. Інформаційно-комунікаційний аудит: зміст, форми, функції.

68. Критерії ефективності рекламної діяльності.
69. Принципи маркетингових комунікацій.
70. Креативність реклами, технологічні умови креативності рекламного продукту.
71. Етичний кодекс рекламіста.
72. Принципи та природа формування комунікаційних потреб у діяльності рекламіста.
73. Роль фахового середовища рекламістів у забезпеченні правового захисту аудиторії.
74. Національні та міжнародні програми впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у соціальну діяльність.
75. Основні напрями розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в сучасному суспільстві.
76. Маркетингові комунікації і критерії їх ефективності.
77. Системність у використанні маркетингових комунікацій.
78. Сучасні комунікаційні технології менеджменту.
79. Комунікаційні теорії управління організацією, соціальною групою, комунікаційним середовищем.
80. Історія розвитку Інтернету.
81. Інформаційні революції.
82. Локальні та глобальні комп'ютерні мережі.
83. Соціальні медіа: сутність, історія розвитку, особливості та види.
84. Пошукові системи.
85. Зміст і завдання медіаосвіти.
86. Специфіка мас-медіа.
87. Безпека в мережі.
88. Історія розвитку інформатики та соціальної інформатики.
89. Розвиток Інтернет-аудиторії в Україні та європейських країнах.
90. Трансформації інформаційно-комунікаційного середовища України в контексті інформаційної політики.
91. Трансформації інформаційно-комунікаційного середовища України в контексті інформаційної безпеки.
92. Медіареформи в Україні у 2016-2017 роках.
93. Трансформації видавничої галузі України в контексті інформаційної політики.
94. Трансформації видавничої галузі України в контексті інформаційної політики.
95. Засоби масової інформації як суб'єкти і об'єкти інформаційної політики
96. Моделі комунікації в сучасних інформаційних операціях.
97. Інформаційна політика в контексті інтересів суспільства.
98. Інформаційна політика в контексті інтересів держави.
99. Інформаційна політика в контексті інтересів особи.
100. Систему саморегулювання вітчизняних засобів масової інформації України.
101. Заходи українського суспільства і влади щодо протидії російській пропаганді.
102. Роздержавлення комунальних медіа в контексті інформаційної політики та безпеки
103. Журналістська освіта в контексті інформаційної політики та інформаційної безпеки.
104. Світові тенденції трансформації структури медіа, медіаконтенту та їх відображення в українському медіапросторі.
105. Види медіаплатформ для створення і поширення контенту.
106. Кросплатформність як ознака сучасних медіа. Практика залучення різних медіаплатформ у діяльності ЗМІ.
107. Сучасні канали поширення медіаконтенту.
108. Монетизація контенту засобів масової інформації: моделі та регуляторні функції.

109. Монетизація аудиторії. Український і світовий досвід. Легалізація поширення аудіоконтенту в мережі.
110. Користувацький контент: типологія та практика залучення у ЗМІ.
111. Оптимізація медіаплатформ інтернет-видань для залучення користувачького контенту. Користувацький контент в журналістській діяльності.
112. Медіаграмотність як чинник розвитку інституту саморегулювання.
113. Моделі краудсорсингу в діяльності ЗМІ.
114. Види вторинного контенту. Робота агрегаторів. Адаптація контенту для різних медіаплатформ.
115. Ререйтинг і копірайтинг. Робота із джерелами для створення медіаконтенту.
116. Альянси міжнародних і національних організацій у сфері журналістики та масової інформації.
117. Державне втручання для збереження національного продукту. Перспективи взаємодії державного та суспільного регулювання.
118. Шляхи монетизації аудиторії медіа

III

• Обговорення методів дослідження, що використовує у своїй кваліфікаційній роботі випускник магістратури (за матеріалами автореферату кваліфікаційної роботи випускника; автореферат подається випускником особисто на іспит членам ЕК).

Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «реклама»

I

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Умови виникнення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
2. Структура поняття «соціальні комунікації».
3. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
4. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія соціальних комунікацій».
5. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство.
6. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: документознавство, архівознавство.
7. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія журналістики.
8. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія видавничої справи та редагування.
9. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: прикладні соціальнокомунікаційні технології.
10. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: соціальна інформатика.
11. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
12. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їх види.
13. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
14. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
15. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
16. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
17. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.

18. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
19. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Масова комунікація в системі соціальних комунікацій.
22. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
23. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
24. Становлення і розвиток журналістичнознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем у сфері рекламної діяльності

- Періодизація історії науки про рекламу.
- Особливості функціонування науки про рекламу в різних типах держав у різні історичні епохи.
 - Погляди на державну, політичну, релігійну рекламу у доантичні та античні часи, у часи християнського Середньовіччя.
 - Початки протонауки про рекламу у часи Відродження: причини, перебіг, актуальність.
 - Еволюція ставлення до громадської думки та реклами в епоху Просвітництва.
 - Емпірична протонаука про рекламу XVIII - першій половині XIX століть?
- Причини появи сучасної науки про рекламу наприкінці XIX та на початку XX століть у США, Європі та Україні.
 - Значення наукового доробку Д. Огілві, Дж.Геллапа та їхніх сучасників і однодумців до та після II Світової війни.
 - Науковий фундамент перших світових інститутів рекламознавства.
 - Наукові здобутки рекламознавства другої половини XX ст. та початку XXI ст., їхнє значення для подальших пошуків.
 - Проблеми сучасної науки про рекламу і перспективи її розвитку.
 - Місце теорії реклами серед наук із соціальних комунікацій.
 - Теоретико-методологічні засади досліджень у галузі рекламознавства.
 - Особливості та структура наукового знання про рекламу.
 - Роль і значення рекламної комунікації в суспільстві: економічна, соціальна, політична, ідеологічна, психологічна, освітня, культурна.
 - Еволюція актуального соціального дискурсу і трансформації реклами.
 - Зміни структури сегмента рекламного ринку і прогностичні моделі його еволюції.
 - Технології інформаційного та комунікаційного впливу реклами.
 - Ідея і креатив. Структура і функції рекламного продукту / звернення.
 - Нові технології та тенденції розвитку рекламної комунікації.
 - Специфіка мультимедійних рекламних звернень.
 - Поняття аудиторії у соціальній та рекламній комунікаціях. Генезис і визначення.
 - Цілі та інструменти вимірювання сучасної рекламної аудиторії.
 - Дослідження ефективності рекламної діяльності.
 - Проблеми професійної рекламної комунікації в інтернеті.
 - Комунікаційні ризики, їх класифікація.
 - Трансформації соціальної комунікації та нові вимоги до освіти у галузі реклами.
 - Ознаки комунікаційної компетентності спеціаліста з реклами.
 - Поняття та основні види документів рекламної діяльності. Критерії класифікації.
 - Основні вимоги до оформлення посадових інструкцій працівників рекламних агенцій.
 - Особливості, структура договору про надання рекламних послуг

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

1. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
2. Аналіз даних і різні типи статистичних процедур.
3. Вимоги до наукових методів.
4. Вимоги до спостерігачів у науковому спостереженні.
5. Генеральна сукупність і вибірка.
6. Дати порівняльну характеристику вимогам до написання статті і доповіді.
7. Експеримент у гуманітарних науках.
8. Експертне опитування як науковий метод. Вимоги до добору експертів.
9. Експертні оцінки. Метод Дельфі.
10. Етапи наукового дослідження.
11. Інтерв'ю як науковий метод. Класифікація інтерв'ю.
12. Історичний і біографічний методи.
13. Кількісний і якісний аналіз.
14. Кількісні і якісні різновиди опитувань.
15. Класифікації документів.
16. Класифікації методів наукових досліджень.
17. Класифікація видань як перший етап моделювання ЗМІ.
18. Класифікація запитань. Запитання як індикатори.
19. Класифікація опитувань. Вимоги до опитування.
20. Контент-аналіз.
21. Критерії ефективності реклами.
22. Критерії науковості знань.
23. Матриця даних. Формування матриці даних.
24. Методи аналізу текстів.
25. Методи маркетингових досліджень.
26. Методологія прикладних соціальних досліджень Д. Кемпбела.
27. Моделі прогнозування за допомогою часових рядів.
28. Можливі причини низької валідності експертного опитування.
29. Описовий і природничо-науковий підходи.
30. Опитування як науковий метод.
31. Основні засади моніторингу.
32. Охарактеризувати вступну частину магістерської дисертації.
33. Охарактеризувати методи наукових досліджень, що застосовуються в дослідженні соціальних комунікацій.
34. Оцінювання ефективності рекламних і PR-кампаній.
35. Перевірка причинно-наслідкових відносин.
36. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань.
37. Причинно-наслідкові моделі.
38. Прогнозування у наукових дослідженнях.
39. Проективні методики.
40. Психодіагностика як науковий метод.
41. Специфіка наукової діяльності.
42. Специфіка об'єктів дослідження суспільних наук. Вимірювання як шкалування.
43. Спостереження як науковий метод.
44. Структура і логіка наукового дослідження. Достовірність даних і доказовість висновків.
45. Типологічний аналіз.
46. Фактори, що загрожують внутрішній та зовнішній валідності. Шляхи їх подолання.
47. ШОУ, «проблемне колесо».

питання з прикладних соціальнокомунікаційних технологій

- Зв'язок прикладних соціально-комунікаційних технологій з маркетинговими технологіями.
- Складові поняттєвого апарату, методології та методів прикладних соціально-комунікаційних технологій.
- Основні категорії соціального буття та соціальної діяльності.
- Механізм формування соціального знання.
- Вплив глобалізаційних процесів на збереження та розвиток традиційних моделей буття.
- Сутність медіадіяльності як комунікаційної технології.
- Критерії ефективності позиціювання суб'єкта соціальної діяльності.
- Поняття інформаційного образу, його складники.
- Критерії ефективної діяльності в системі зв'язків з громадськістю.
- Інформаційно-комунікаційний аудит: зміст, форми, функції.
- Критерії ефективності рекламної діяльності.
- Типологія рекламних продуктів, технології їх виготовлення.
- Принципи об'єднання маркетингових комунікацій для просування ринкових об'єктів.
- Зміст поняття «життєвий цикл товару» в сучасній рекламі.
- Креативність реклами, технологічні умови креативності рекламного продукту.
- Етичний кодекс рекламіста і його врахування в науковій аналітиці реклами.
- Принципи та природа формування комунікаційних потреб у діяльності рекламіста.
- Роль фахового середовища рекламістів у забезпеченні правового захисту аудиторії.
- Поняття інформаційно-комунікаційних технологій, їх кореляція з соціокомунікаційним підходом.
- Національні та міжнародні програми впровадження ІКТ у соціальну діяльність.
- Основні напрямки розвитку ІКТ в сучасному суспільстві.
- Поняття маркетингових комунікацій, критерії ефективності їх використання.
- Системність у використанні маркетингових комунікацій.
- Сучасні комунікаційні технології менеджменту.
- Комунікаційні теорії управління компанією, соціальною групою, комунікаційним середовищем.

III

- Обговорення методів дослідження, що використовує у своїй кваліфікаційній роботі випускник магістратури (за матеріалами автореферату кваліфікаційної роботи випускника; автореферат подається випускником особисто на іспит членам ЕК).

Перелік питань та завдань для випускників магістерської спеціальності «зв'язки з громадськістю»

I

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Умови виникнення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
2. Структура поняття «соціальні комунікації».
3. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
4. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія соціальних комунікацій».
5. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство.
6. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: документознавство, архівознавство.

7. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія журналістики.
8. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія видавничої справи та редагування.
9. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: прикладні соціальнокомунікаційні технології.
10. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: соціальна інформатика.
11. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
12. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їх види.
13. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
14. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
15. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
16. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
17. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
18. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
19. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Масова комунікація в системі соціальних комунікацій.
22. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
23. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
24. Становлення і розвиток журналістичнознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем у сфері організації зв'язків з громадськістю

1. Періодизація історії науки про зв'язки з громадськістю.
2. Погляди щодо впливу на громадську думку у доантичні часи та у ранньоантичних ораторів.
3. Еволюція поглядів на зв'язки з громадськістю в античності (давньогрецький та давньоримський періоди).
4. Зміни цивілізаційної парадигми від античності до християнства для протонауки про громадську думку: причини та результати .
5. Історичні причини та наслідки зміни поглядів щодо впливу на громадську думку від завершення епохи християнського Середньовіччя до повернення громадської думки до ідеалів гуманізму.
6. Зміна суб'єктів громадської думки від Платона через Аристотеля та Цицерона до св. Августина, діячів Відродження та Просвітництва.
7. Ставлення до громадської думки та зв'язків з громадськістю в епоху Просвітництва.
8. Поява сучасної науки про зв'язки з громадськістю на межі XIX та XX століть та її причини.
9. Науковий фундамент перших світових інститутів «паблік рилейшнз» .
10. Класики світової науки про PR 1950-1970-х рр. про позитивні та негативні явища і тенденції в сфері масової комунікації.
11. Проблеми та перспективи розвитку сучасної світової науки про PR.
12. Місце теорії зв'язків із громадськістю серед наук із соціальних комунікацій.
13. Теоретико-методологічні засади дослідження зв'язків із громадськістю.
14. Особливості та структура наукового знання про зв'язки із громадськістю.
15. Поняття системи зв'язків з громадськістю. Характеристика, елементи, функції.
16. Спеціалізована комунікація: поняття, види, форми. Типи спеціалізованої комунікації зв'язків із громадськістю.

17. Технології зв'язків із громадськістю: рівні, типи, види, формати.
18. Типологія стратегічної комунікації в системі зв'язків із громадськістю. Класифікація стратегій.
19. Поняття конвергенції. Характеристики, види, типи, форми. Контентна конвергенція зв'язків із громадськістю.
20. Поняття мобільної комунікації. Мобільна комунікація в системі зв'язків із громадськістю. Характеристики та особливості.
21. Громадськість у галузі паблік рилейшнз: визначення, класифікація, закономірності функціонування.
22. Співвідношення понять громадськість та аудиторія.
23. Дослідження зв'язків із громадськістю. Соціологічні дослідження. Методи збору інформації. Моніторинги. Компаративний аналіз. Ситуаційний аналіз.
24. Дослідження ефективності діяльності зв'язків із громадськістю.
25. Поняття проекту в зв'язках із громадськістю. Види проектування.
26. Трансформації соціальної комунікації та нові вимоги до освіти у галузі зв'язків з громадськістю.
27. Особливості комунікативної компетентності спеціаліста із зв'язків із громадськістю.
28. Поняття та основні види документів з ПР-діяльності. Критерії класифікації.
29. Принципи складання фінансових і нефінансових звітів та вимоги до них.
30. Особливості, структура договору про надання ПР-послуг.

II

(До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін)

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

1. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
2. Аналіз даних і різні типи статистичних процедур.
3. Вимоги до наукових методів.
4. Вимоги до спостерігачів у науковому спостереженні.
5. Генеральна сукупність і вибірка.
6. Дати порівняльну характеристику вимогам до написання статті і доповіді.
7. Експеримент у гуманітарних науках.
8. Експертне опитування як науковий метод. Вимоги до добору експертів.
9. Експертні оцінки. Метод Дельфі.
10. Етапи наукового дослідження.
11. Інтерв'ю як науковий метод. Класифікація інтерв'ю.
12. Історичний і біографічний методи.
13. Кількісний і якісний аналіз.
14. Кількісні і якісні різновиди опитувань.
15. Класифікації документів.
16. Класифікації методів наукових досліджень.
17. Класифікація видань як перший етап моделювання ЗМІ.
18. Класифікація запитань. Запитання як індикатори.
19. Класифікація опитувань. Вимоги до опитування.
20. Контент-аналіз.
21. Критерії ефективності реклами.
22. Критерії науковості знань.
23. Матриця даних. Формування матриці даних.
24. Методи аналізу текстів.
25. Методи маркетингових досліджень.
26. Методологія прикладних соціальних досліджень Д. Кемпбела.
27. Моделі прогнозування за допомогою часових рядів.
28. Можливі причини низької валідності експертного опитування.
29. Описовий і природничо-науковий підходи.

30. Опитування як науковий метод.
31. Основні засади моніторингу.
32. Охарактеризувати вступну частину магістерської дисертації.
33. Охарактеризувати методи наукових досліджень, що застосовуються в дослідженні соціальних комунікацій.
34. Оцінювання ефективності рекламних і PR-кампаній.
35. Перевірка причинно-наслідкових відносин.
36. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань.
37. Причинно-наслідкові моделі.
38. Прогнозування у наукових дослідженнях.
39. Проективні методики.
40. Психодіагностика як науковий метод.
41. Специфіка наукової діяльності.
42. Специфіка об'єктів дослідження суспільних наук. Вимірювання як шкалування.
43. Спостереження як науковий метод.
44. Структура і логіка наукового дослідження. Достовірність даних і доказовість висновків.
45. Типологічний аналіз.
46. Фактори, що загрожують внутрішній та зовнішній валідності. Шляхи їх подолання.
47. ШОУ, «проблемне колесо».

Питання з прикладних соціально-комунікаційних технологій

1. Зв'язок прикладних соціально-комунікаційних технологій з маркетинговими технологіями.
2. Складові поняттєвого апарату, методології та методів прикладних соціально-комунікаційних технологій.
3. Основні категорії соціального буття та соціальної діяльності.
4. Механізм формування соціального знання.
5. Вплив глобалізаційних процесів на збереження та розвиток традиційних моделей буття.
6. Сутність медіадіяльності як комунікаційної технології.
7. Критерії ефективності позиціонування суб'єкта соціальної діяльності.
8. Поняття інформаційного образу, його складники.
9. Критерії ефективної діяльності в системі зв'язків з громадськістю.
10. Інформаційно-комунікаційний аудит: зміст, форми, функції.
11. Критерії ефективності рекламної діяльності.
12. Типологія рекламних продуктів, технології їх виготовлення.
13. Принципи об'єднання маркетингових комунікацій для просування ринкових об'єктів.
14. Зміст поняття «життєвий цикл товару» в сучасній рекламі.
15. Креативність реклами, технологічні умови креативності рекламного продукту.
16. Етичний кодекс рекламіста і його врахування в науковій аналітиці реклами.
17. Принципи та природа формування комунікаційних потреб у діяльності рекламіста.
18. Роль фахового середовища рекламістів у забезпеченні правового захисту аудиторії.
19. Поняття інформаційно-комунікаційних технологій, їх кореляція з соціокомунікаційним підходом.
20. Національні та міжнародні програми впровадження ІКТ у соціальну діяльність.
21. Основні напрямки розвитку ІКТ в сучасному суспільстві.
22. Поняття маркетингових комунікацій, критерії ефективності їх використання.
23. Системність у використанні маркетингових комунікацій.
24. Сучасні комунікаційні технології менеджменту.
25. Комунікаційні теорії управління компанією, соціальною групою, комунікаційним середовищем.
26. Вплив глобалізації на розвиток системи зв'язків із громадськістю.

27. Мультисуб'єктність інформаційного простору: вибух авторства, зростання обсягів контенту, нові формати, «квант контента», «квант уваги».
28. Роль сучасних технологій у комунікаційно-контентних процесах ПР-галузі.

III

• Обговорення методів дослідження, що використовує у своїй кваліфікаційній роботі випускник магістратури (за матеріалами автореферату кваліфікаційної роботи випускника; автореферат подається випускником особисто на іспит членам ЕК).

List of Exam Questions for Graduate Program "Journalism and Social Communication"

1. Information in the Knowledge Society.
2. Information Society.
3. The conceptual waves by A. Toffler.
4. The classic paradigm by Harold Lasswell.
5. The systems theory by Nikolas Luhmann.
6. The theory of communicative action by Jürgen Habermas.
7. The thesis "media is the message" by Marshall McLuhan.
8. The thesis of "communication medium" by Manuel Castells.
9. Convergence in the media.
10. A convergent newsroom.
11. The new media in social communications.
12. The social media.
13. Current trends in journalism.
14. New genres in journalism.
15. Quality press vs. tabloid vs. qualoid.
16. Digital communications.
17. Smartphone and tablet journalism.
18. Mobile journalism.
19. Contemporary information war and media.
20. The leading newspapers in the USA and their multimedia platforms.
21. The leading TV channels and radio stations in the USA and their online equivalents.
22. General characteristics of the UK Communication System's formation and development.
23. The print media in the UK. Adaptations of local press to new technologies. Multimedia platforms such as local newspapers.
24. The impact of the new media on traditional media systems.
25. A relevance of the virtual reality: globalization of information, virtual training, virtual therapy, virtual learning, etc.
26. Copyright protection. Subject, rights comprised in copyright.
27. Piracy and infringement in audiovisual sphere.
28. Limitations to copyright protection.
29. Audiovisual works: right of producer, protection by copyright.
30. Ownership and protection of trademark rights in the media.
31. Ethical principles of media reporting.
32. Language persuasion in traditional and innovative media.
33. The media as weapons in local wars.
34. The hate speech dilemma.
35. Security rules for correspondents working in hotspots.