

УХВАЛА

Вченої ради інституту журналістики «Про підсумкову атестацію (комплексний державний іспит) в Інституті журналістики»

Протокол №9, від 20 березня 2018 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 керуючись «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка», затвердити **Програму комплексного державного іспиту (КДІ) для випускників 2017-2018 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).**

Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «журналістика»	7
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «видавнича справа та редагування»	12
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «реклама та зв'язки з громадськістю»	18
Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «кіно- і телемистецтво» Галузь знань 0202 Мистецтво.....	22
Перелік питань та завдань для випускників магістерської освітньої програми зі «Журналістика та соціальні комунікації»	31
Перелік питань та завдань для випускників магістерської освітньої програми «Видавнича діяльність та медіаредагування»	35
Перелік питань та завдань для випускників магістерської освітньої програми «Реклама».....	39
Перелік питань та завдань для випускників магістерської освітньої програми «Зв'язки з громадськістю»	42
Entrance exam topics in Social Communications (Master's program)	44

**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).

ПРОГРАМА комплексного державного іспиту (КДІ) для випускників 2018 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»:

	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		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 2018 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 освітні програми:**

- знань з *теорії та історії соціальних комунікацій* (для всіх освітніх програм), *проблем сучасної медіагалузі* (програма «Журналістика та соціальні комунікації»), *проблем сучасної видавничої галузі* (програма «Видавнича діяльність та медіаредагування»), *проблем у сфері рекламної діяльності* (програма «Реклама»), *проблем у сфері організації зв'язків з громадськістю* (програма «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* (програма «Журналістика та соціальні комунікації»), *теорії та історії видавничої справи та редагування* (програма «Видавнича діяльність та

Рівень	Знання	Уміння	Комунікація	Автономність і відповідальність
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,		здатність ефективно формувати	відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб
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	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			
	Найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідної та/або	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

медіаредагування»), *прикладних соціально комунікаційних технологій* (Програми «Реклама» і «Зв'язки з громадськістю»). До білета буде включено одне з питань цього циклу дисциплін;

- умінь та навичок методологічного аналізу матеріалів (автореферату кваліфікаційної

робити випускника) дослідження.

Перелік питань та завдань для випускників бакалаврського напрямку «журналістика»

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 недалечко 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 червонобокi 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, дивилась 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

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 XVI ст.
6. Постать Дмитра Вишневецького в історії України.
7. Культура України першої половини ХУІІІ ст.
8. Козацька старшина як українська політична еліта доби Гетьманщини.
9. Конотопська битва в історії України.
10. Три поділи України між Московською державою і Польщею в ХVІІ 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 у 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. ІІІ і ІV 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. Інформаційно-видавнича діяльність в Україні доби визвольних змагань.
24. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні у ХХ столітті.
25. Українізація поза межами УСРР.
26. Організації українських націоналістів (ОУН).

27. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
28. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
29. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
30. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
31. Внесок українського народу в перемогу у Другій світовій війні.
32. Інформаційно-видавнича діяльність українських організацій за кордоном.
33. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
34. Основні напрями перебудови М. Горбачова та її наслідки.
35. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
36. Проголошення незалежності України.
37. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з журналістського фаху

1. Акустично-виражальні засоби радіомовлення та їхні штучні електронні двійники
2. Аналіз і синтез у публіцистиці
3. Аналітична робота журналіста над зібраним матеріалом: принципи систематизації, перевірки достовірності фактів, авторської аргументації
4. Аналітичні жанри на телебаченні, їхні особливості
5. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств: вітчизняні і світові надбання.
6. Ведення, модерування телесюжетів, підготовка стенд-апу. Робота тележурналіста в кадрі – формати, специфіка, особливості підготовки
7. Взаємодія змісту і форми в журналістських текстах
8. Формати книжкових, журнальних і газетних видань.
9. Типографіка друкованих та цифрових медіа
10. Види жанрів фотографії: за об'єктом, за функцією, за образотворчою класифікацією.
11. Кореспонденція як жанр: види кореспонденцій та принципи роботи журналіста
12. Види репортажної фотографії
13. Винайдення радіо та становлення радіомовлення. Г. Герц, Г. Марконі, О. Попов
14. Від ідеї до телевізійного продукту. Структура ухвалення рішень на телебаченні
15. Власний і спеціальний кореспондент. Специфіка журналістської роботи
16. Група аналітичних жанрів у теорії фотожурналістики
17. Група інформаційних жанрів у теорії фотожурналістики
18. Група художньо-публіцистичних жанрів в теорії фотожурналістики
19. Види телекомпаній за формою власності: українські реалії.
20. Джерела інформації як обов'язкові компоненти інформаційних повідомлень агентств новин
21. Ведення новин на радіо та телебаченні: історія і сучасність
22. Драматургія публіцистичного твору на телебаченні: тема, ідея, композиція
23. Еволюція й трансформація радіожанрів у сучасних умовах
24. Проблемно-тематичний діапазон (контент, спрямування) сучасної есеїстики. Імена, авторський стиль (на конкретних прикладах)
25. Етичні принципи в роботі журналіста. Кодекси журналістської честі
26. Ефірне радіомовлення. Специфіка, класифікація радіохвиль
27. Жанри фотографії та фотожурналістики: спільне й відмінне
28. Жанрова структура сучасної журналістики
29. Жанрова структура художньої публіцистики
30. Жанрові особливості статті, її різновиди, композиція, відмінності стилю

31. Жанрово-композиційні особливості есе, спільне й відмінне в порівнянні з нарисом
32. Журналістика в контексті з іншими видами творчої діяльності
33. Журналістика й література: продуктивно-творча інтеграція
34. Журналістська спеціалізація: її різновиди й специфіка
35. Журналістське спостереження як феномен журналістської праці
36. Журналістський запит: правила отримання інформації.
37. Журналістські розслідування на українському телебаченні
38. Заголовковий комплекс в газетно-журнальних публікаціях, основні вимоги до нього
39. Задум - тема - концепція - ідея журналістського твору
40. Законодавча база у сфері функціонування телебачення й радіомовлення в Україні
41. Законодавча база у сфері функціонування друкованих засобів масової інформації в Україні
42. Композиція тексту
43. Інтегративна функція радіомовлення
44. Інформативні та ілюстративні фотографії у фотожурналістиці.
45. Інформаційна замітка, її жанрові особливості, різновиди.
46. Інформаційні агентства в Україні, особливості їхньої роботи
47. Інформаційні жанри на радіо. Особливості їхнього впливу на аудиторію
48. Інформаційні продукти агенційної журналістики та їхні жанри.
49. Класифікація інформаційних агентств
50. Ключові гравці світового ринку інформаційних агентств.
51. Коментар як публіцистичний жанр: різновиди й специфіка у відображенні дійсності
52. Комплект файлів верстки для друкарні.
53. Правила дизайну в композиції друкованого або цифрового медіа
54. Композиційні прийоми при написанні аналітичних матеріалів у пресі
55. Конфлікт. Його різновиди, методи розкриття й розв'язання в журналістському творі
56. Концептуально-теоретичні засади функціонування радіожурналістики в Україні. Державне, суспільне і комерційне радіомовлення.
57. Критерії підбору фотографій для реклами.
58. Функціонал програм верстки
59. Методика роботи над журналістським текстом: зачин і кінцівка
60. Образний інструментарій журналіста в його роботі над текстом публікації
61. Основні закони й законодавчі акти в Україні, що регулюють правовідносини в системі ЗМІ
62. Основні параметри фотозйомки. Специфіка репортажної фотографії.
63. Основні принципи професійного спілкування журналіста
64. Основні типи аргументації та узагальнень в журналістиці
65. Особистість у журналістиці й особистість журналіста
66. Особливості програмування українського телеканалу. Основні тенденції формування сітки мовлення
67. Памфлети-розслідування Степана Колесника
68. Параметри створення документа верстки
69. Типові помилки верстки
70. Подорожній нарис, історія зародження, імена. Трансформація жанру в сучасних ЗМІ (на конкретних прикладах)
71. Поняттєво-логічна аргументація в публіцистиці
72. Поняття «інформаційного продукту» агентства. Системи інформаційних продуктів.
73. Поняття дієвості й ефективності публікацій у пресі, в теле- й радіопередачах
74. Портретно-психологічний нарис: специфіка розкриття характеру людини

75. Особливості й ареал застосування жанру в сучасних медіа (підтвердити прикладами).
76. Порядок аналізу документальної інформації
77. Портретно-психологічний нарис: основні риси й завдання
78. Правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств
79. Правові основи функціонування фотожурналістики
80. Принципи та порядок отримання журналістом інформації в державних та недержавних установах та організаціях
81. Принципи та способи розміщення ілюстрацій у друкованих виданнях
82. Проблемний, подієвий та подорожній нариси в сучасній українській телепубліцистиці
83. Проблемно-аналітичний нарис та його жанрово-композиційні особливості. Приклади таких нарисів у творчості сучасних українських публіцистів.
84. Проблемно-тематичний діапазон журналістських розслідувань в сучасних друкованих ЗМІ
85. Публіцистичний нарис, його різновиди, жанрові особливості
86. Публіцистичність як стильова ознака, манера письма
87. Радіокореспонденція як інформаційний жанр з елементами коментування та аналізу. Призначення й особливості застосування в ефірі
88. Радіомовлення у системі ЗМК.
89. Інформаційний суверенітет у контексті національного інформаційного простору
90. Радіомовлення як платформа мультимедійної журналістики
91. Радіорепортаж як інформаційний жанр, його роль та місце залежно від формату радіостанції
92. Реальність та вимисел на світлинці. Механізм аналізу фотографії.
93. Репортаж у пресі, основні вимоги до його написання
94. Рецензія та її різновиди. Авторська концепція в оцінюванні літературно-мистецьких творів і явищ
95. Розвиток українських інформаційних агентств
96. Експеримент як метод журналістської діяльності.
97. Роль телебачення в формуванні громадянського суспільства в Україні
98. Свобода ЗМІ й особливості обмеження доступу до інформації в Україні на сучасному етапі
99. Синтез документального й художнього в журналістському творі
100. Складники та суб'єкти вітчизняного інформаційного простору.
101. Складові частини журналістської майстерності
102. Специфіка жанрового поділу у фотожурналістиці
103. Специфіка візуального ряду журналу.
104. Специфіка й жанрові особливості інтерв'ю в пресі.
105. Специфіка роботи прес-служб державних та недержавних установ і організацій
106. Специфіка тематики мистецьких видань.
107. Специфіка тематики міжнародних, політичних, соціальних видань.
108. Специфіка та призначення звіту, його різновиди. Аналітичний характер тематичних та проблемних звітів
109. Специфіка телебачення он-лайн
110. Спільні та відмінні риси фотоілюстрацій у газеті, журналі, інтернеті, рекламі.
111. Способи підготовки та вимоги до ілюстративного матеріалу.
112. Стріт-фото: характеристика жанру.
113. Структура аналітичних жанрів у сучасних українських друкованих ЗМІ
114. Структура повідомлень інформаційних агентств.
115. Структура та особливості радіокоментарів
116. Суспільне телебачення в Україні. Специфіка формування
117. Сценарний план телепрограми, принцип його складання

118. Сюжет - конфлікт - характер. Параметри реалізації авторського «Я»
119. Телебачення й телеканал, спільне й відмінне
120. Телевізійний сценарій: структурні компоненти
121. Телеінтерв'ю й телерепортаж: специфіка роботи журналіста в цих жанрах
122. Телекоментар і телеогляд: актуальність жанрів. Трансформація тематики, образів і способів монтажу
123. Тематична спеціалізація друкованого видання і його редакційна політика.
124. Теоретичні визначення журналістського розслідування, специфіка жанру.
125. Технічні й технологічні вимоги до підготовки публікацій та ілюстративного матеріалу у друкованих і електронних ЗМІ
126. Технологія журналістського розслідування: основні етапи в роботі журналіста в процесі накопичення матеріалу й підготовки тексту до публікування
127. Типізація й індивідуалізація в журналістиці
128. Види телеканалів за способом поширення сигналу, територією поширення і формою власності.
129. Типологія художньо-публіцистичного продукту на телебаченні. Жанри художньої телепубліцистики
130. Факт у журналістському творі
131. Формати радіостанцій, типи програм
132. Фото в журнальній періодиці: критерії відбирання, тенденції, перспективи.
133. Фотоілюстрація в інтернет-виданнях: критерії, специфіка, тенденції, перспективи.
134. Фотоілюстрація в газеті: критерії, тенденції, перспективи.
135. Фотонарис: вимоги до жанру.
136. Функціональні особливості діяльності інформаційних агентств: світовий і вітчизняний досвід
137. Функція фотографій на сторінках друкованих ЗМІ: спільне та відмінне.
138. Функція фотографії на Web-сторінці, в інтернет-виданні, у соціальних мережах.
139. Функція фотографії у рекламі. Специфіка створення фотографій для різних видів реклами.
140. Цифрове радіомовлення, його характеристика й перспективи 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»

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 виявилися 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

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 XVI 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 Московською державою і Польщею в XVII 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 у 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. Інформаційно-видавнича діяльність в Україні доби визвольних змагань.
24. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні у XX столітті.

25. Українізація поза межами УСРР.
26. Організації українських націоналістів (ОУН).
27. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
28. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
29. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
30. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
31. Внесок українського народу в перемогу у Другій світовій війні.
32. Інформаційно-видавнича діяльність українських організацій за кордоном.
33. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
34. Основні напрями перебудови М. Горбачова та її наслідки.
35. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
36. Проголошення незалежності України.
37. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з редакційно-видавничого фаху

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 ОіагкХРгезБ чи ЛйюЬе ІпБезі§п.
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 архітектоники 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 офлайнових медіа.
3. Прийоми актуалізації інтернет-заголовків. Правила творення заголовків для мережових 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 кросплатформності 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.

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 освіченим; 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»

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 перебратися 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

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 XVI 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 Московською державою і Польщею в ХVІІ 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 у 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. ІІІ і ІV 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. Інформаційно-видавнича діяльність в Україні доби визвольних змагань.

24. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні у ХХ столітті.
25. Українізація поза межами УСРР.
26. Організації українських націоналістів (ОУН).
27. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
28. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
29. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
30. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
31. Внесок українського народу в перемогу у Другій світовій війні.
32. Інформаційно-видавнича діяльність українських організацій за кордоном.
33. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
34. Основні напрями перебудови М. Горбачова та її наслідки.
35. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
36. Проголошення незалежності України.
37. 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 (відносин із групами) та media relations (відносин зі ЗМІ).
3. Види продуктів медіааналітики: інформаційний бюлетень, press-report, тематична аналітична записка, аналіз медіаобразу компанії, психологічний медіапортрет. Контент-аналіз.
4. Внутрішні PR-документи: види, особливості застосування.
5. Глобалізація професійної системи зв'язків із 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 ХХІ ст.
9. Етика і професійні стандарти у зв'язках із 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 реклама, журналістика, пропаганда (спільне і відмінне).
14. Зовнішні PR-документи: види, особливості застосування.
15. Імідж: види, функції, структура, методи та засоби формування.
16. Інноваційні PR-технології.
17. Інституалізація та правові основи діяльності паблік рилейшнз в Україні.
18. Місце PR в системі інтегрованих маркетингових комунікацій.
19. Канали висловлення громадської думки, особливості взаємодії з державними, політичними, економічними та іншими соціальними інститутами.
20. Кризовий план і кризові PR-комунікації. Комунікативні кризи і кризові комунікації. Спін-доктор та його функції.
21. Критерії і показники ефективності PR-кампанії.
22. Моделі PR-комунікацій та їхні психологічні характеристики.
23. Моніторинг інформаційного поля як основа інформаційної політики організації.
24. PR-діяльність некомерційних організацій: специфіка, напрями.
25. Основні інструменти та методи ведення сучасних інформаційних війн.

26. Основні історичні віхи розвитку публік рилейшнз у ХХ 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 в умовах кризи та надзвичайних ситуацій.
30. Особливості ділових комунікацій: кероване спілкування як ключовий компонент PR-діяльності.
31. Особливості PR у контексті політичних комунікацій.
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: види планів, стратегічний, тактичний 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, структурні елементи, вимоги до інформації. 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. Прес-кіт.
41. Пропаганда як форма суспільної комунікації і як форма політичної боротьби: види, методи, жанрове розмаїття.
42. Різновиди письмових інформаційно-аналітичних матеріалів прес-служби 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 PR і основні елементи системи зв'язків із 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 в пошукових системах.
50. Чутки як PR-інструмент: класифікація, шляхи і методи поширення, соціальні функції, методи управління та протидії.

Реклама:

1. Бриф як основа створення рекламного продукту: види та складники.
2. Вербальна і невербальна комунікація в рекламі.
3. Комунікативні стратегії і тактичні прийоми переконування у рекламі.
4. Відповідальність за порушення чинного законодавства України в галузі рекламної діяльності.
5. Гендерні стереотипи у рекламі: особливості функціонування та сприйняття, дискримінаційні ідеали.
6. Шок та епатажність у рекламі. Скандальна реклама. Агресивна реклама.
7. Засоби поширення реклами. Основні критерії вибору каналу для розповсюдження реклами.
8. Західноєвропейський досвід рекламної діяльності у ХХ ст.
9. Інтегровані TTL-комунікації.
10. Інтернет-реклама: види, психологічні особливості сприйняття, переваги та недоліки.
11. Кількісні дослідження в рекламі та аналіз їхніх результатів.
12. Когнітивні механізми формування рекламного іміджу.

13. Маніпулятивні технології в політичній рекламі.
14. Місце реклами в системі інтегрованих маркетингових комунікацій.
15. Мотивація та стимулювання споживачів у рекламі.
16. Організація та функції відділу реклами, його структура, взаємодія з іншими службами.
17. Основні елементи фірмового стилю.
18. Основні етапи готовності цільової аудиторії до здійснення покупки: «рекламні сходи».
19. Основні етапи підготовки та проведення рекламної кампанії.
20. Основні етапи рекламного процесу.
21. Основні етапи розвитку реклами: причини й закономірності еволюції, особливості комунікації.
22. Основні міфотехнології сучасної реклами.
23. Основні показники і терміни медіапланування.
24. Особливості реклами на різних етапах життєвого циклу товару.
25. Особливості функціонування політичної реклами в Україні. Методи психологічного впливу. Прихована політична реклама.
26. Піраміда потреб А. Маслоу та мотивація споживачів у рекламі.
27. Планування, розрахунок і розподіл рекламного бюджету.
28. Правила написання рекламного тексту.
29. Правові засади рекламної діяльності в Україні. Основні положення Закону України «Про рекламу».
30. Продакт-плейсмент (product placement) як сучасний маркетинговий інструмент: юридичні аспекти та проблеми ефективності.
31. Протореклама у стародавньому світі: витоки, функції, форми, особливості комунікації.
32. Психологічні особливості інтернет-аудиторії рекламної комунікації.
33. Рекламна агенція: класифікації, функції, структура, критерії вибору та роль в організації рекламної діяльності.
34. Рекламний слоган: завдання, вимоги, критерії відбору, лінгвостилістичні особливості.
35. Рекламний текст як основна одиниця рекламної комунікації. Рекламний копірайтинг та рерайтинг.
36. Рекламні формули: механізми практичного застосування.
37. Розвиток рекламного ринку в Україні: сучасні тенденції, перспективи, особливості дослідження та функціонування
38. Розробка стратегії рекламної кампанії.
39. Семіотика у рекламі. Семіотичні моделі реклами.
40. Складники та структура рекламного тексту.
41. Соціальна реклама в Україні: механізми ефективного впливу, проблеми відповідальності та етики, правові аспекти врегулювання.
42. Стереотипи та домінанти у рекламі, рекламний креатив.
43. Структура, форма та стиль рекламного звернення.
44. Суспільно-економічні фактори розвитку, провідні жанри, новаторство рекламних комунікацій у ХХ ст.
45. Сутність, класифікація, види та функції реклами.
46. Тенденції та перспективи розвитку інтернет-реклами.
47. Типи творчих рекламних стратегій, креатив у рекламі (комерційній, політичній, соціальній).
48. Функції та обов'язки менеджера з реклами.
49. Цільова аудиторія. Типи споживачів. Раціональний та емоційний типи споживачів.
50. Якісні дослідження в рекламі та аналіз їхніх результатів.

IV

Практичне завдання з професійної підготовки

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

2. Запропонувати концепцію, стратегію та ключове повідомлення рекламної / PR-кампанії (за вказаними умовами)
3. Написати прес-реліз та визначити канали й форми його поширення (за вказаними умовами).
4. Написати текст рекламного оголошення (за вказаними вимогами)
5. Розробити рекламний слоган (за вказаними вимогами відповідно до спеціалізації студента).
6. Розробити план та написати тези для публічного виступу (за вказаними умовами).
7. Написати проект плану антикризової комунікації (за вказаними умовами).
8. Розробити концепцію та план івенту для просування, підтримки об'єкта (за вказаними умовами).
9. Визначити цільову аудиторію й канали рекламних та PR-комунікацій (за вказаними умовами, текст додається), обґрунтувати вибір.
10. Створити бриф на розроблення друкованої комерційної реклами (за вказаними умовами)

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 перебратися 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 XVI ст.
6. Постать Дмитра Вишневецького в історії України.
7. Культура України першої половини XVII ст.

8. Козацька старшина як українська політична еліта доби Гетьманщини.
9. Конотопська битва в історії України.
10. Три поділи України між Московською державою і Польщею в XVII 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 у 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. Інформаційно-видавнича діяльність в Україні доби визвольних змагань.
24. Причини та наслідки трьох голодоморів в Україні у XX столітті.
25. Українізація поза межами УСРР.
26. Організації українських націоналістів (ОУН).
27. Проголошення Карпатської України самостійною державою.
28. Приєднання до УРСР Волині, Галичини, Північної Буковини та Південної Бессарабії.
29. Україна в загарбницьких планах фашистської Німеччини.
30. Діяльність комуністичного та націоналістичного підпілля в роки Другої світової війни.
31. Внесок українського народу в перемогу у Другій світовій війні.
32. Інформаційно-видавнича діяльність українських організацій за кордоном.
33. Загострення соціальних проблем радянського суспільства. Неосталінізм.
34. Основні напрями перебудови М. Горбачова та її наслідки.
35. Зусилля діаспори щодо відродження української державності.
36. Проголошення незалежності України.
37. Альтернативні варіанти геополітичної орієнтації України.

III

(До білета буде включено одне з питань)

Питання з професійної підготовки Напряму 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 монтажної 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 аносування.

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» дозвученого кіно.

54. Еоллівудська 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 монтажної 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. Скульчика (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.

III. 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 виражальний засіб операторської творчості.
35. Динамічна камера як виражальний 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 монтажно-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 монтажно-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 Іллєнка та його органічний зв'язок з народною творчістю
55. Дзига Вертов - основоположник екранної кіно публіцистики. 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.

Галузь знань 0202
Напрямок підготовки 6.020203
Спеціалізація

Мистецтво
Кіно-, телемистецтво
Сценарна майстерність

Теоретична частина

І. Видовище. Драматургія. Історія та загальні засади екранної творчості.

1. Художній образ як форма відображення дійсності.
2. Драматизм в житті і в сценарії. Смісл драматичного твору. Діалектика драматичної боротьби. Драматичний процес.
3. Конфлікт і дія у творі. Типи конфліктів. Основні прийоми вирішення конфлікту.
4. Дія. Наскрізна дія. Драматичний вузол.
5. Фабула і сюжет. Функції і типи сюжетів.
6. Головна подія і її конфліктний розвиток у концентричному сюжеті.
7. Сюжет і характери.
8. Загальна конструкція твору.
9. Екранні видовища. Ефект співучасті в кіно. Телевізійний ефект присутності.
10. Кіно і телебачення: спільне й відмінне.
11. Суб'єктивний погляд автора і його професійний обов'язок в інформаційному повідомленні.
12. Принцип національної правди, особливості його екранного втілення в Україні.
13. Авторський задум і його драматургічне втілення. Індивідуальний стиль драматурга і режисера фільму.
14. Принцип історизму. Суспільна значимість теми.
15. Специфіка драматургії документального фільму. Художня правда документального фільму. Конфлікт в документальному фільмі.
16. Особливості кінопубліцистики як жанру.

17. Світогляд драматурга і проблема інтерпретації авторської ідеї режисером.
18. Документальне кіно: фільм-факт. Особливості драматургії фільму-дослідження.
19. Особливості драматургії авторського фільму.
20. Слово у фільмі (документальному та ігровому). Мова автора.
Дійова природа драматичного діалогу. Мова персонажів-характерів у драматичному творі, амплуа.
21. Узагальнений (збірний) персонаж і конкретний характер. Реалістична характеристика індивідуальності. Характеристика персонажів і правда характеру.
22. Розкриття характеру. Мовна характеристика і психологія вчинку персонажів.
23. Соціально-історичний тип, загальнолюдський і національний тип.
24. Методи побудови сюжету (розвиток конфлікту в творі).
25. Внутрішня організація сюжету (експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка, епілог).
26. Сюжетне формування конфлікту як зовнішня форма твору.
27. Побудова сюжету в сучасній драмі. Значення *передісторії*.
28. Мотивування драматичних подій. Логічне. Художньо - психологічне.
29. Класифікація і характеристика жанрів.
Драма. Трагедія. Мелодрама. Комедія і фарс.
30. Час – композиційна основа видовища. Час фізичний та психологічний.

II. Сценарна майстерність як професія. Види і жанри телебачення.

31. Сценарій як самостійна літературна форма.
32. Формування кінопроекту.
34. Основні стадії роботи сценариста над фільмом і характеристика особливого значення сценарію для наслідків праці творчого колективу.
35. Підготовка літературного сценарію. Плацдарм задуму і вибір теми. Задум твору і проект його реалізації як початок процесу.
36. Основні форми екранної організації дії: кадр, сцена, епізод, фільм.
37. Специфіка і різновиди телевізійної драматургії.
38. Особливості створення документального і постановочного літературних сценаріїв.
39. Формування режисури як професії. Специфічний предмет режисури театру, кіно, телебачення.
40. Виробничі процеси та етапи створення фільмів і телевізійних програм.
Документи фіксації режисерського задуму.
41. Сценарист-режисер як керівник творчого колективу.
42. Види телевізійного мовлення.
43. Основні жанрові форми інформаційного мовлення.
44. Основні жанрові форми інформаційно-аналітичного мовлення.
45. Основні жанрові форми документально-художнього мовлення.
46. Основні жанрові форми художнього телевізійного мовлення.
47. Особливості телевізійної драматургії у взаємозв'язку з режисурою, операторською роботою, звукорежисурою, монтажем.
48. Головні джерела екранного матеріалу.
49. Репортаж та відновлення факту – проблема життєвої правди в екранній документалістиці.
50. Основні жанрові форми телевізійного кіно та місце фільмів у програмах телебачення.
51. Музичний кліп як жанр.

52. Головні принципи побудови телевізійної програми.
53. Особливості роботи телеведучого в різних видових та жанрових формах телебачення.

III. Екранні виражальні засоби. Монтаж.

54. Зображальні засоби екранної виразності.
55. Звукові засоби екранної виразності.
56. Кадр, його компоненти. Рух в кадрі. Види панорамування. Поняття внутрішньо кадрового монтажу.
57. Мізансцена, як відображення драматургічних стосунків персонажів.
58. Музичне оформлення фільму, телепрограми.
59. Шуми як складовий елемент звукового образу фільму, телепрограми.
60. Загальна класифікація видів монтажу. Методи і форми оповідного монтажу. Принципи комфортного монтажу і монтажною зйомки.

IV. Історичні етапи розвитку кінематографу.

61. Творчість О.П.Довженка та його внесок в розвиток українського кіно. Фільм О.Довженка «Земля»
62. Фільм І.А. Савченка «Богдан Хмельницький» – найбільший здобуток українського історичного кіно.
63. Український поетичний кінематограф, його стилістика та визначні представники.
64. Іван Миколайчук – лідер «поетичної генерації» української школи кіноакторів
65. Поетичний кінематограф Юрія Ілленка та його органічний зв'язок з народною творчістю
66. «Люм'єрівська» та «мельєсівська» лінії у кіномистецтві. Сучасний вияв цих тенденцій.
67. Визначальні ознаки школи італійського неореалізму.
68. Особливості стилю французької «Нової хвилі».
69. Основні етапи винаходу телебачення.

IV Практичне завдання з професійної підготовки

Розкрити ідею та завдання власної випускної кваліфікаційної роботи.

Перелік питань та завдань для випускників магістерської освітньої програми зі «Журналістика та соціальні комунікації»

I

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

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
2. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
3. Масова комунікація в системі 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. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
12. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
13. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їхні види.
14. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
15. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
16. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
17. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
18. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
19. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
22. Становлення і розвиток журналістичнознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
23. Структура поняття «соціальні комунікації».
24. Умови створення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем сучасної медіагалузі

1. Адаптація контенту ЗМІ для різних медіаплатформ.
2. Блогерство як масовокомунікаційна діяльність.
3. Виробництво новин: нові технології, зміни тенденцій.
4. Відсутність конкуренції в медіасередовищі як ознака втрати якості медійного продукту: український контекст.
5. Візуалізація інформації та інфографіка в медійному контенті.
6. Глобальні проблеми розвитку медіагалузі та їхній український контекст.
7. Етичні цінності в сучасній медіагалузі.

8. Загальна характеристика відмінностей між традиційною та мультимедійною редакціями.
9. Законодавче забезпечення української медіагалузі: сучасний стан.
10. Зникання світоглядної журналістики як проблема української медіагалузі.
11. Інтерактивні та мультимедійні інструменти сучасної журналістики.
12. Інформаційні, асиметричні, гібридні війни та проблеми медіагалузі.
13. Коментування на сайтах: характеристика явища як інструменту комунікації, модерация, проблеми відповідальності.
14. Криза довіри до медіа.
15. Медіа та маніпулювання громадською думкою.
16. Медіа та соціальні мережі: співіснування та взаємодія
17. Медіа та формування національної ідентичності.
18. Міграція медіаформатів.
19. Мобільні медійні додатки як запит аудиторії та часу.
20. Монетизація медіаконтенту.
21. Нові технології та криза в медіагалузі.
22. Основні тренди українського телебачення.
23. Основні актуальні проблеми в галузі періодичної преси в Україні.
24. Основні актуальні проблеми галузі нових медіа в Україні.
25. Основні актуальні проблеми радіогалузі в Україні.
26. Основні актуальні проблеми сучасної телевізійної галузі в Україні.
27. Пошук та аналітика фактів в журналістиці даних
28. Перевірка достовірності джерел, правові наслідки поширення неправдивої інформації.
29. Плагіат у медіасфері: витоки явища, різновиди та відповідальність, що передбачена українським законодавством.
30. Проблеми становлення та формування українського інформаційного простору після проголошення незалежності України і дотепер.
31. Процес глобалізації контенту в медіа. Сучасний медіаконтент: види, функції.
32. Процес конвергенції і його реалізація в редакціях телевізійних організацій.
33. Процес роздержавлення медіа в Україні.
34. Рекламний ринок нових медіа.
35. Рекламний ринок періодичної преси.
36. Рекламний ринок радіомовлення.
37. Рекламний ринок телебачення.
38. Рерайт у медіасфері: культурний, економічний та правовий аспекти.
39. Соціальні медіа в журналістській роботі: особливості використання.
40. Суспільне мовлення в Україні: історія створення, завдання, функції.
41. Сучасний телевізійний ринок України: стисла характеристика.
42. Сучасні тенденції у медіасфері: загальна характеристика.
43. Сучасні українські радіоорганізації: стисла характеристика.
44. Сфера українського приватного телевізійного мовлення: загальна характеристика.
45. Українська система іномовлення: історія створення, реформування, завдання, функції.
46. Фейкова інформація в медіа: проблеми творення, поширення, боротьби.
47. Цифрове мовлення в Україні та у світі.
48. Шляхи залучення аудиторії до процесу творення та поширення контенту.
49. Шляхи отримання прибутку телевізійними медіаорганізаціями.

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

1. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
2. Аналіз даних і типи статистичних процедур.

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

Питання з теорії та історії журналістики

1. Адаптація контенту ТБ і РМ для різних медіаплатформ
2. Тенденції співпраці приватних телерадіоорганізацій та держави
3. Вітчизняна й міжнародна практика в галузі інформаційної політики й інформаційного обміну
4. Глобалізаційні та локальні процеси у телерадіоорганізаціях (гіперглобалізація)

5. Аналітичні жанри сучасних мас медіа
6. Художньо-публіцистичні жанри. Природа і специфіка журналістського аналізу
7. Гуманізм як принцип журналістської діяльності
8. Державна регуляторна політика в медіасфері в умовах глобалізації
9. Джерела інформації та режим доступу до неї
10. Докази та аргументи, специфіка образності в журналістському тексті
11. Етичні принципи професійної діяльності засобів масової інформації
12. Європейська конвенція з прав людини (1950 р.) і її вплив на діяльність засобів масової комунікації
13. Журналіст як суб'єкт масово-інформаційної діяльності
14. Журналістика думки, власного погляду на проблеми й «нова» журналістика
15. Журналістика інтерпретації й точна журналістика - їхня специфіка й особливості відображення дійсності
16. Журналістика як система засобів масової інформації
17. Загальна характеристика журналістських жанрів, їхня дифузія й трансформація в сучасних умовах
18. Загальні поняття про джерела, методи збирання й перевірки інформації в журналістиці
19. Інструменти коментування на сайтах: модерація та проблеми відповідальності
20. Інтерактивні та мультимедійні інструменти сучасної журналістики
21. Інформаційні жанри, їхня специфіка, принцип «перевернутої піраміди»
22. Історія журналістики й журналістикознавства: методологія дослідження, здобутки, проблеми
23. Історія зародження і шляхи розвитку української журналістики
24. Критерії дієвості, ефективності й результативності в журналістиці
25. Методи підвищення ефективності роботи редакційних колективів
26. Методологія підготовки публікації та реалізації творчого задуму в журналістиці
27. Методологія управління редакційним колективом. Міжнародний та вітчизняний досвід
28. Міждисциплінарні дослідження щодо засобів масової комунікації
29. Місце і роль журналістики в масовокомунікаційних відносинах демократичного
30. Місце і роль ЗМІ в системі політичних інститутів держави
31. Організація діяльності друкованих ЗМІ
32. Основні проблеми сфери радіомовлення в Україні
33. Основні тенденції розвитку медіа галузі в незалежній Україні
34. Особливості візуалізації журналістського тексту
35. Поняття й особливості «деклараційної», «педагогічної» й «адвокатської» журналістики
36. Поняття й особливості «маркетингової стратегії» в ЗМІ
37. Поняття менеджменту в журналістиці. Його основні принципи і функції
38. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їхні види
39. Права та обов'язки журналіста відповідно до Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) України»
40. Приватні та державні канали. Український та закордонний досвід
41. Професійні стандарти в журналістиці
42. Процес дигіталізації, його реалізація в редакціях радіостанцій
43. Розробка бізнес-плану періодичного видання: його автори й складники
44. Роль засобів масової інформації в контексті національного відродження в Україні
45. Світові тенденції розвитку мас-медіа та їх відображення в українському медіапросторі
46. Світові тенденції розвитку структури ТБ і РМ та їх відображення в українському медіапросторі
47. Свобода преси в контексті історичного розвитку медіагалузі

48. Складові частини редакційного маркетингу: продукт, ціна, аудиторія.
Особливості їх поєднання і взаємодії
49. Соціальна відповідальність та професійна компетентність журналіста
50. Специфіка й складники майстерності професії журналіста
51. Специфічні ознаки журналістського тексту, відмінність від наукового й художнього
52. Способи отримання прибутку телевізійними медіа організаціями
53. Спостереження як метод збирання інформації та його види
54. Зародження й розвиток журналістської думки в системі наук про соціальні комунікації
55. Стили керівництва редакційними колективами друкованих та електронних ЗМІ
56. Структура інформаційної діяльності, види та засоби публікування інформації в журналістиці
57. Структура та наукові засади розвитку соціальних комунікацій суспільства
58. Суспільство і соціальна інформація
59. Сучасні тенденції розвитку ЗМІ (монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація, комерціалізація)
60. Сучасні теорії свободи преси в журналістській діяльності
61. Сучасні типологічні моделі періодичних видань. Навести приклади
62. Телевізійні медіа холдинги
63. Телерадіоорганізації як освітній соціальний інститут
64. Теорія та методика журналістської творчості
65. Українське телебачення й радіомовлення в Інтернеті
66. Умови спеціалізації журналіста: семантичний, синтаксичний та прагматичний аспекти творчості
67. Формати телепрограм
68. Функції сучасної журналістики
69. Характеристика відмінностей між традиційною та мультимедійною журналістикою
70. Характеристика понять «журналістика», «соціальні комунікації», «засоби масової інформації», «засоби масової комунікації», порівняльний аналіз цих визначень, розкриття спільного й відмінного
71. Цифрове радіомовлення в Україні
72. Шляхи залучення аудиторії до процесу творення та поширення медіаконтенту
73. Шляхи залучення аудиторії до процесу творення та поширення телерадіоконтенту
74. Явище глобалізації та його вплив на медіа середовище

III

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

Перелік питань та завдань для випускників магістерської освітньої програми «Видавнича діяльність та медіаредагування»

I

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

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
2. Інституціалізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
3. Масова комунікація в системі 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. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
12. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
13. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їхні види.
14. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
15. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
16. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
17. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
18. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
19. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
22. Становлення і розвиток журналістикознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
23. Структура поняття «соціальні комунікації».
24. Умови створення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем сучасної видавничої галузі

II

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

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

46. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
47. Аналіз даних і типи статистичних процедур.
48. Вимоги до наукових методів.
49. Вимоги до спостерігачів у науковому спостереженні.
50. Генеральна сукупність і вибірка.
51. Експеримент у гуманітарних науках.
52. Експертне опитування як науковий метод. Вимоги до добору експертів.
53. Експертні оцінки. Метод Дельфі.
54. Етапи наукового дослідження.
55. Інтерв'ю як науковий метод. Класифікація інтерв'ю.
56. Історичний і біографічний методи.
57. Кількісний і якісний аналіз.
58. Кількісні і якісні різновиди опитувань.
59. Класифікації документів.
60. Класифікації методів наукових досліджень.
61. Класифікація видань як перший етап моделювання дослідження ЗМІ.
62. Класифікація запитань. Запитання як індикатори.

63. Класифікація опитувань. Вимоги до опитування.
64. Контент-аналіз.
65. Критерії ефективності реклами.
66. Критерії науковості знань.
67. Матриця даних. Формування матриці даних.
68. Методи аналізу текстів.
69. Методи маркетингових досліджень.
70. Методологія прикладних соціальних досліджень Д. Кемпбела.
71. Моделі прогнозування за допомогою часових рядів.
72. Можливі причини низької валідності експертного опитування.
73. Описовий і природничо-науковий підходи.
74. Опитування як науковий метод.
75. Основні засади моніторингу.
76. Охарактеризувати вступну частину магістерської дисертації.
77. Охарактеризувати методи наукових досліджень, що застосовуються в дослідженні соціальних комунікацій.
78. Перевірка причиново-наслідкових відносин.
79. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань.
80. Порівняльна характеристика вимог до написання статті і доповіді.
81. Причиново-наслідкові моделі.
82. Прогнозування у наукових дослідженнях.
83. Проективні методики.
84. Психодіагностика як науковий метод.
85. Специфіка наукової діяльності.
86. Специфіка об'єктів дослідження суспільних наук. Вимірювання як шкалування.
87. Спостереження як науковий метод.
88. Структура і логіка наукового дослідження. Достовірність даних і доказовість висновків.
89. Типологічний аналіз.
90. Фактори, що загрожують внутрішній і зовнішній валідності. Шляхи їх подолання.

Питання з теорії та історії видавничої справи та редагування

1. Проблеми видавничого ринку в Україні.
2. Шляхи піднесення видавничої культури в Україні.
3. Зарубіжний досвід розв'язання проблем видавничої галузі.
4. Трендова детермінованість актуальних змін на видавничому ринку.
5. Глобалізація як чинник трансформацій видавничого бізнесу.
6. Цифровізація видавничої та поліграфічної діяльності.
7. Видавнича конвергенція.
8. Видавничі комунікація та їхні рівні.
9. Мережеві форми та канали комунікаційної активності суб'єктів видавничої галузі.
10. Краудфандинг і краудсорсинг у видавничій сфері.
11. Друк на вимогу та сервіси самопублікації як видавничі тренди.
12. Міжнародні та національні документи про редакційно-видавничу етику.
13. Етичні засади редакторської діяльності.
14. Етичні засади видавничої діяльності.
15. Етичні колізії в редакційних відносинах.
16. Етика конкурування та співпраці у видавничій галузі.
17. Автор та авторський текст у координатах видавничої етики.
18. Етичні засади рецензування.
19. Етика відносин із читачем.
20. Етичність видавничої продукції.

21. Топ-менеджмент в управлінській системі організації.
22. Сфера відповідальності топ-менеджера видавництва.
23. Самоорганізування і самоменеджемент топ-менеджера.
24. Сценарно-проективне і превентивне мислення топ-менеджера видавництва.
25. Топ-менеджмент у формуванні ключових чинників успіху видавництва.
26. Робота топ-менеджера з пріоритетами видавництва.
27. Відповідальність і делегування топ-менеджера видавництва.
28. Страх і контрфобійна налаштованість топ-менеджера видавництва.
29. Поведінка топ-менеджера в ситуації конфлікту інтересів.
30. Стереотипи і контрпродуктивні настанови в топ-менеджменті.
31. Стратегічні позиції видавництва і роль топ-менеджменту в їх забезпеченні.
32. Стрес-менеджмент в системі видавничого топ-менеджменту.
33. Транснаціоналізація сучасної видавничої галузі.
34. Тенденції східноєвропейського видавничого ринку.
35. Видавничі монополії в Західній Європі.
36. Принципи роботи університетських видавництв світу.
37. Особливості європейських мультинаціональних видавничих компаній.
38. Принципи роботи книжкових клубів у Європі.
39. Бестселер як прояв читацького стереотипу.
40. Західноєвропейська модель дистрибуції.
41. Основні періоди розвитку науки про видавничу справу.
42. Особливості розвитку теорії видавничої справи у XIX ст.
43. Теоретичні дослідження з видавничої справи у XX ст.
44. Тенденції розвитку науки про видавничу справу у XXI ст.
45. Розвиток науки про видавничу справу в системі науки про масову комунікацію.
46. Розвиток теорії видавничої справи в умовах сучасних трансформаційних процесів.
47. Наука про видавничу справу у системі книгознавчої теорії .
48. Наука про видавничу справу в контексті футурологічних досліджень.
49. Проблеми прогнозування та моделювання у теорії видавничої справи.
50. Наукові підходи до трактування поняття «концепція видання».
51. Книжкова серія як концептуальний видавничий проект.
52. Специфіка дизайнерської концепції книг.
53. Маркетингова концепція видавничого проекту.

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 освітньої програми «Реклама»

I

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

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
2. Інституціоналізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
3. Масова комунікація в системі 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. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
12. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
13. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їхні види.
14. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
15. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
16. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
17. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
18. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
19. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
22. Становлення і розвиток журналістикознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
23. Структура поняття «соціальні комунікації».
24. Умови створення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем у сфері рекламної діяльності

1. Періодизація історії науки про рекламу.
2. Погляди на державну, політичну, релігійну рекламу в доантичні та античні часи, у часи християнського Середньовіччя.
3. Протонаука про рекламу в часи Відродження: причини виникнення, перебіг, актуальність.
4. Емпірична протонаука про рекламу у XVIII – першій половині XIX ст. Причини появи сучасної науки про рекламу наприкінці XIX – на початку XX ст. у США.
5. Значення наукового доробку Д. Огілві, Дж. Геллапа та їхніх сучасників.
6. Науковий фундамент перших світових інститутів рекламознавства.

7. Наукові здобутки рекламознавства другої половини XX – початку XXI ст., їхнє значення для подальших пошуків.
8. Проблеми сучасної науки про рекламу та перспективи її розвитку.
9. Місце теорії реклами в системі вивчення соціальних комунікацій.
10. Теоретико-методологічні засади досліджень у галузі рекламознавства.
11. Особливості та структура наукового знання про рекламу.
12. Роль і значення рекламної комунікації в суспільстві: економічна, соціальна, політична, ідеологічна, психологічна, освітня, культурна.
13. Еволюція актуального соціального дискурсу та трансформації реклами.
14. Зміни структури рекламного ринку й прогностичні моделі його еволюції.
15. Ідея і креатив. Структура і функції рекламного продукту / звернення. Специфіка мультимедійних рекламних звернень.
16. Нові технології та тенденції розвитку рекламної комунікації.
17. Технології комунікаційного впливу реклами.
18. Поняття аудиторії в соціальній та рекламній комунікаціях. Генезис і визначення.
19. Цілі та інструменти вимірювання рекламної аудиторії.
20. Дослідження ефективності рекламної діяльності.
21. Комунікаційні ризики, їх класифікація.
22. Трансформації соціальної комунікації та нові вимоги до освіти в галузі реклами.
23. Ознаки комунікативної компетентності фахівця з реклами.
24. Поняття та основні види документів у рекламній діяльності. Критерії класифікації, структура документів.
25. Основні вимоги до оформлення посадових інструкцій працівників рекламних агенцій.

II

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

Питання з методології досліджень соціальних комунікацій

91. Аналіз адекватності обраних методів цілям і завданням дослідження.
92. Аналіз даних і типи статистичних процедур.
93. Вимоги до наукових методів.
94. Вимоги до спостерігачів у науковому спостереженні.
95. Генеральна сукупність і вибірка.
96. Експеримент у гуманітарних науках.
97. Експертне опитування як науковий метод. Вимоги до добору експертів.
98. Експертні оцінки. Метод Дельфі.
99. Етапи наукового дослідження.
100. Інтерв'ю як науковий метод. Класифікація інтерв'ю.
101. Історичний і біографічний методи.
102. Кількісний і якісний аналіз.
103. Кількісні і якісні різновиди опитувань.
104. Класифікації документів.
105. Класифікації методів наукових досліджень.
106. Класифікація видань як перший етап моделювання дослідження ЗМІ.
107. Класифікація запитань. Запитання як індикатори.
108. Класифікація опитувань. Вимоги до опитування.
109. Контент-аналіз.
110. Критерії ефективності реклами.
111. Критерії науковості знань.
112. Матриця даних. Формування матриці даних.
113. Методи аналізу текстів.
114. Методи маркетингових досліджень.
115. Методологія прикладних соціальних досліджень Д. Кемпбела.
116. Моделі прогнозування за допомогою часових рядів.
117. Можливі причини низької валідності експертного опитування.
118. Описовий і природничо-науковий підходи.
119. Опитування як науковий метод.
120. Основні засади моніторингу.
121. Охарактеризувати вступну частину магістерської дисертації.
122. Охарактеризувати методи наукових досліджень, що застосовуються в дослідженні соціальних комунікацій.
123. Перевірка причиново-наслідкових відносин.
124. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань.
125. Порівняльна характеристика вимог до написання статті і доповіді.
126. Причиново-наслідкові моделі.
127. Прогнозування у наукових дослідженнях.
128. Проективні методика.
129. Психодіагностика як науковий метод.
130. Специфіка наукової діяльності.
131. Специфіка об'єктів дослідження суспільних наук. Вимірювання як шкалування.
132. Спостереження як науковий метод.
133. Структура і логіка наукового дослідження. Достовірність даних і доказовість висновків.
134. Типологічний аналіз.
135. Фактори, що загрожують внутрішній і зовнішній валідності. Шляхи їх подолання.

Питання з прикладних соціальнокомунікаційних технологій

136. Механізм формування соціального знання.
137. Вплив глобалізаційних процесів на збереження та розвиток традиційних моделей буття.
138. Сутність медіадіяльності як комунікаційної технології.
139. Критерії ефективності позиціонування суб'єкта соціальної діяльності.
140. Поняття інформаційного образу, його складники.
141. Критерії ефективної діяльності в системі зв'язків з громадськістю.
142. Інформаційно-комунікаційний аудит: зміст, форми, функції.
143. Критерії ефективності рекламної діяльності.
144. Типологія рекламних продуктів, технології їх виготовлення.
145. Принципи об'єднання маркетингових комунікацій для просування ринкових об'єктів. Зміст поняття «життєвий цикл товару» в сучасній рекламі.
146. Креативність реклами, технологічні умови креативності рекламного продукту.
147. Етичний кодекс рекламіста і його врахування в науковій аналітиці реклами.
148. Принципи та природа формування комунікаційних потреб у діяльності рекламіста.
149. Роль фахового середовища рекламістів у забезпеченні правового захисту аудиторії.
150. Поняття інформаційно-комунікаційних технологій, їх кореляція з соціокомунікаційним підходом.
151. Національні та міжнародні програми впровадження ІКТ у соціальну діяльність. Основні напрямки розвитку ІКТ в сучасному суспільстві.
152. Поняття маркетингових комунікацій, критерії ефективності їх використання.
153. Системність у використанні маркетингових комунікацій.
154. Сучасні комунікаційні технології менеджменту.
155. 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 освітньої програми «Зв'язки з громадськістю»

I

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

Питання з теорії та історії соціальних комунікацій

1. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
2. Інституціалізація в соціальнокомунікаційній сфері України.
3. Масова комунікація в системі 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. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
12. Ознаки та рівні соціальних комунікацій як публічного спілкування.
13. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їхні види.
14. Поняття про соціальну пам'ять в системі соціальних комунікацій.
15. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
16. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
17. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
18. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
19. Соціальнокомунікаційна культура суспільства.
20. Соціальнокомунікаційне поняття про документ.
21. Соціальнокомунікаційні потреби, мотиви, цілі та завдання.
22. Становлення і розвиток журналістикознавчої думки в системі наук про соціальні комунікації.
23. Структура поняття «соціальні комунікації».
24. Умови створення магістерського курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» і передумови виникнення поняття «соціальні комунікації» в Україні.
25. Церква і соціальні комунікації: історія питання.

Питання з проблем у сфері організації зв'язків із громадськістю

1. Періодизація історії науки про зв'язки з громадськістю.
2. Еволюція поглядів на зв'язки з громадськістю в доантичні часи та в античності (давньогрецький і давньоримський періоди).
3. Історичні причини та наслідки зміни поглядів щодо впливу на громадську думку в епоху раннього християнства та Середньовіччя.
4. Ставлення до громадської думки та зв'язків із громадськістю від Платона до епохи Просвітництва.
5. Поява сучасної науки про зв'язки з громадськістю на межі XIX й XX століть та її причини. Науковий фундамент перших світових інститутів «паблік рилейшнз».
6. Класики світової науки про PR 1950-70-х років про позитивні та негативні явища й тенденції у сфері масової комунікації.
7. Проблеми та перспективи розвитку сучасної світової науки про PR.
8. Місце теорії зв'язків із громадськістю у системі вивчення соціальних комунікацій.
9. Теоретико-методологічні засади дослідження зв'язків із громадськістю.
10. Особливості та структура наукового знання про зв'язки з громадськістю.
11. Поняття системи зв'язків із громадськістю. Характеристика, елементи, функції.
12. Спеціалізована комунікація: поняття, види, форми. Типи спеціалізованих комунікацій у зв'язках із громадськістю.
13. Технології зв'язків із громадськістю: рівні, типи, види, формати.
14. Типологія стратегічних комунікацій у системі зв'язків із громадськістю. Класифікація стратегій.
15. Поняття конвергенції. Характеристика, види, типи, форми. Контентна конвергенція зв'язків із громадськістю.
16. Поняття мобільної комунікації. Мобільна комунікація в системі зв'язків із громадськістю: характеристика та особливості.

17. Громадськість у галузі паблік рилейшнз: визначення, класифікація, закономірності функціонування. Співвідношення понять *громадськість* та *аудиторія*.
18. Дослідження зв'язків із громадськістю. Соціологічні дослідження. Методи збирання інформації. Моніторинги. Компаративний аналіз. Ситуаційний аналіз.
19. Дослідження ефективності діяльності у сфері зв'язків із громадськістю.
20. Поняття проекту в зв'язках із громадськістю. Види проектування.
21. Трансформації соціальної комунікації та нові вимоги до освіти в галузі зв'язків із громадськістю.
22. Особливості комунікативної компетенції фахівця зі зв'язків із громадськістю.
23. Поняття та основні види документів із PR-діяльності. Критерії класифікації.
24. Принципи складання фінансових і нефінансових звітів та вимоги до них.
25. Особливості, структура договору про надання PR-послуг.

II

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

Питання з прикладних соціальнокомунікаційних технологій

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

Entrance exam topics in Social Communications (Master's program)

1. Social communications as a discipline.
2. Lay and scholarly definitions of communication.
3. The main characteristics of social space.
4. Dialogue as a form of communicative interaction.
5. The Cooperative principle. The four conversational maxims by Paul Grice.
6. Cooperation and conflict in communication.
7. The main stages of conflict.
8. Conflict resolution strategies.
9. Game theory and communication.
10. Types of games.
11. Game vs. pseudogame vs. ritual in communication.
12. Types of rituals.
13. Truth and deception in communication.
14. Types of deception.
15. Ethical principles of communication.
16. Types of memory, their main characteristics.
17. Types of social memory.
18. The informational model of individual memory.
19. The structure of group memory.
20. The structure of society's social memory.
21. Contemporary interpretation of 'communication channel'.
22. Classification of communication channels.
23. The evolution of communication channels.
24. The classification of social communication barriers.
25. Communication in organizations.
26. The characteristics of internal communications within organizations.
27. Types of communicative networks within organizations.
28. The theory of political communication.
29. The fundamental concepts of political communication theory.
30. The functions of political communication.
31. The models of political communication.
32. Public communication.
33. Forms and genres of public communication.
34. Public communication vs. mass communication.
35. The main forms of intercultural communication.
36. The acculturation strategies.