

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Приймальною комісією
Протокол № 6 від 31.03.2020 року
Голова Приймальної комісії



Віктор ОГНЕВ'ЮК

**Програма
фахового випробування з журналістики**

Освітній рівень: другий (магістерський)
Спеціальність: 061 Журналістика
Освітня програма: 061.00.06 Контент-продюсування цифрових медіапроектів
На основі: освітнього ступеня бакалавр, магістр, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

РОЗГЛЯНУТО І ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри видавничої справи
Протокол № 6 від 20.01.2020
Зав. кафедри Лариса МАСІМОВА

Київ 2020

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Фахове випробування з видавничої справи та редагування є обов'язковим вступним випробуванням до Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка для навчання за програмою підготовки магістра за спеціальністю 061 Журналістика, освітня програма 061.00.06 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів»). Іспит проводиться у вигляді комп'ютерного тесту на базі сучасного програмного забезпечення у системі MOODLE.

Для виконання тестових завдань абітурієнт має володіти основними навичками роботи з комп'ютером та розуміти технічні особливості виконання тестів різних типів: альтернативні відповіді (типу правильно/неправильно), множинний вибір (завдання на вибір однієї або кількох правильних відповідей), вибір з найменшої кількості варіантів відповідей, питання на встановлення відповідності.

Вступний іспит має виявити рівень теоретичної та практичної підготовки вступника в сфері соціальних комунікацій, теорії та практики діяльності журналіста.

Фахове випробування до магістратури передбачає визначення у вступників достатнього рівня знань та здібностей з журналістики, який засвідчує готовність вступників до здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр».

ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ, УМІНЬ І НАВИЧОК

Особи, які вступають до магістратури, повинні володіти комплексом знань, умінь і навичок, необхідних для навчання за обраним напрямом та захисту магістерського проекту.

Під час фахового іспиту вступники повинні продемонструвати:

- базові знання з теорії і практики тем, які виносяться на вступне випробування;
- знання основних дефініцій теорії і практики журналістики;
- розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль) у сфері журналістики;
- володіння комп'ютерними технологіями.

Перевірка знань з журналістики ґрунтується на змісті базових теоретичних тем, які вивчаються студентами освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» спеціальності «Журналістика»

СТРУКТУРА ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Фахове випробування передбачає виконання **вісімдесяти** тестових завдань на підготовленому індивідуальному робочому місці без використання додаткових джерел інформації. Під час виконання тесту абітурієнт не користується нотатками, не робить індивідуальних поміток та не переписує завдання або його фрагменти.

Виконання тестового завдання з журналістики полягає у виборі правильних відповідей із кількох запропонованих варіантів. Завдання вважається виконаним, якщо абітурієнт обрав правильний варіант відповіді.

Спеціальна обчислювальна програма автоматично **підсумовує бали** за виконання усіх тестових завдань, встановлює відповідність балів за шкалою оцінювання та фіксує результат у протоколі.

На виконання тестових завдань відводиться 120 хвилин. У випадку, якщо вичерпано час на виконання тестових завдань, система автоматично закриває програму, зберігає наявні відповіді, підсумовує результат виконання тесту абітурієнтом та фіксує у протоколі результат за встановлений часовий ліміт.

Тестові завдання структурно охоплюють такі напрями:

- Журналістська творчість;
- Жанри журналістики;
- Професійні стандарти та безпека діяльності;
- Реклами та зв'язків з громадськістю;
- Медіаредагування.

Перелік тем, які винесено на тестування:

1. Засоби масової інформації та технології її поширення.
2. Види засобів масової інформації.
3. Принципи та технології передачі інформації.
4. Аудиторія засобів масової інформації.
5. Основні види нових медіа, крос-медіа.
6. Фейк. Інформаційні війни.
7. Інформація як зброя сучасності.
8. Мережеві війни.
9. Функції журналістики в суспільстві.
10. Етичні норми діяльності журналіста.
11. Типологічні особливості засобів масових комунікацій.
12. Типологія газетних видань.
13. Основні властивості композиції газети.
14. Типологія журнальних видань.
15. Зasadничі принципи журналістської професії.
16. Стандарти новинної журналістики.
17. Джерела інформації.
18. Інформаційні жанри.
19. Жанри пресової журналістики.
20. Аналітичні жанри журналістики.
21. Художньо-публіцистичні жанри
22. Жанри Інтернет-журналістики.
23. Характеристика блогів .
24. Класифікація блогів.
25. Соціальні мережі як середовище поширення масмедійної інформації.
26. Соціальні медіа – джерело інформації та спосіб її перевірки.
27. Жанрова система фотожурналістики.
28. Прес-конференція: специфіка проведення, типові помилки організації.
29. Особливості брифінгу, «круглого столу».
30. Планування рекламних та PR-заходів

- 31.Цілі рекламної та PR-кампанії.
- 32.План, функції, види рекламної та PR-кампанії.
- 33.Медіапланування, медіаканал, медіаносій.
- 34.Маркетингові комунікації в рекламі та PR
- 35.Івент-заходи в рекламі та PR: поняття, характерні риси, типологія.
- 36.Інформаційні приводи для рекламних та PR-заходів.
- 37.Сутність спонсорства, його розвиток та промоція.
- 38.Об'єкти спонсорської діяльності.
- 39.Спонсорство в різних сферах суспільного життя, його підтримка інструментами реклами та PR.
- 40.Брендинг в структурі маркетингових комунікацій
- 41.Компетенції редактора.
- 42.Сутність редагування.
- 43.Мета й завдання редагування.
- 44.Види редагування.
- 45.Етапи редагування.
- 46.Редакторська правка.
- 47.Предмет, механізм і структура редакторського аналізу.
- 48.Прийоми редакторського аналізу.
- 49.Художньо-технічне редагування.
- 50.Нові професії в сфері журналістики.

ЗРАЗКИ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ТЕСТОВОГО ЗАВДАННЯ

Альтернативні відповіді (типу правильно/неправильно)

Виставка — це публічна демонстрація досягнень у галузі економіки, науки, техніки, культури, мистецтва та інших галузях суспільного життя. Поняття може позначати як сам захід, так і місце проведення цього заходу.

1. **Так**

2. **Ні**

Множинний вибір (завдання на вибір однієї або кількох правильних відповідей)

Головним ідентифікатором веб-сторінки є:

- а) відображувана назва;
- б) унікальна адреса URL;**
- в) прихований HTML-код;
- г) ідентифікатор у базі даних.

Питання на встановлення відповідності

1. Установіть відповідність:

1. Інформаційні жанри

а. репортаж

б. замітка

2. Аналітичні жанри

в. стаття

г. огляд

3. Художньо-публіцистичні жанри

д. нарис

е. Фейлетон

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Кількість балів (max - 200)	Критерії
180 – 200	Виставляється за глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих джерелах; вміння аналізувати явища, які вивчаються, у їхньому взаємозв'язку і розвитку, чітко і лаконічно; логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.
160 – 179	Виставляється за ґрунтовні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування практичних задач.
140 – 159	Виставляється за міцні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання, які, однак, містять певні неточності; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.
120 – 139	Виставляється за посередні знання навчального матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні практичних задач.
100 – 119	Виставляється за слабкі знання навчального матеріалу, неточні або мало аргументовані відповіді, з порушенням послідовності його викладання, за слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні практичних задач.
1 – 99	Виставляється за незнання значної частини навчального матеріалу, істотні помилки у відповідях на запитання, невміння орієнтуватися під час розв'язання практичних задач, незнання основних фундаментальних положень.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посіб., К. В. Савельєва. К. : Професіонал, 2008. 528 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К.: Академія української преси, 2011. – 262 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник / Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – 2-ге укр. видання, випр. і доп. К.: Знання, 2008. 565 с.
4. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. –Л. : ПАІС, 2008. – 268 с.
5. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації : навчальний посібник / А. О. Капелюшний. – Львів : ПАІС, 2005. – 304 с.
6. Карпенко В. Журналістська творчість : Теоретично-методичні та практичні засади : підручник. – К. : Університет «Україна». – 2012. – 342 с.
7. Квіт С. М. Масові комунікації: підручник для вузів / Сергій Квіт. – Київ : ВД «КМА», 2008. – 206 с.
8. Курбан О.В. Інформаційні війни у соціальних он-лайн мережах: монографія. – К.: Київ. ун-т ім. Б.Грінченка, 2017. – 392 с.
9. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник]. К.: Видавництво «Кондор», 2014. 246 с.
10. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. 5-те вид. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 496 с.
11. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навчальний посібник. – Л. : ПАІС, 2010. – 246 с. 11.
12. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: навч. Посібник / Т. О. Примак. К.: Ніка-Центр, 2003. 280 с.

13. Українське законодавство: засоби масової інформації / упоряд. Т. Котюжинська, Л. Панкратова. – К. : IREX Про Медіа Україна, 2016. – 368 с.
14. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навчальний посібник. – Л. : Афіша, 2001. – 416 с.
15. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця : практичний посібник. – 2-ге вид., стереотипне / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

Додаткова:

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]/ В. В. Божкова, Ю. М. Мельник; — К.: Центр учбової літератури, 2009.
2. Різун В. Теорія масової комунікації. – К. : ВПЦ Київський університет, 2008. – 180 с.
3. Різун В. В. Літературне редагування : підручник для студ. фак-тів журналістики ун-тів / В. В. Різун ; М-во освіти і науки України. – Київ : Либідь, 1996. – 240 с.