

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Приймальною комісією

Протокол № 4 від 31.03.2025 р.

Голова Приймальної комісії


Олександр ТУРУНЦЕВ

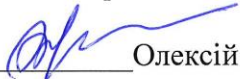
Програма

фахового іспиту з журналістики

Рівень вищої освіти:	другий (магістерський)
Спеціальність:	С7 Журналістика
Освітня програма:	2.С7.00.01 Журналістика
	2.С7.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю
	2.С7.00.03 Медіакомунікації
	2.С7.00.04 Контент-продюсування цифрових медіапроектів
	2.С7.00.05 Міжнародні медіа та цифрові комунікації

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
та начальної роботи


Олексій ЖИЛЬЦОВ

РОЗГЛЯНУТО І ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри журналістики та нових
медіа Факультету журналістики
протокол № 9 від 26.03.2025 р.

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК

Київ – 2025

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ

Фаховий іспит – обов'язкова умова професійного відбору вступників на основі здобутого ступеня вищої освіти та відповідно до п. 8.6; 8.12 Правил прийому до Київського столичного університету імені Бориса Грінченка в 2025 році за спеціальністю С7 «Журналістика», освітніх програм: 2.С7.00.01 «Журналістика», 2.С7.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», 2.С7.00.03 «Медіакомунікації», 2.С7.00.04 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів», 2.С7.00.05 «Міжнародні медіа та цифрові комунікації».

Мета фахового іспиту: виявлення знань, вмінь, компетентностей, якими володіє бакалавр для вступу на освітні програми другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю С7 «Журналістика»: 2.С7.00.01 «Журналістика», 2.С7.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», 2.С7.00.03 «Медіакомунікації», 2.С7.00.04 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів», 2.С7.00.05 «Міжнародні медіа та цифрові комунікації».

Завдання фахового іспиту: перевірка знань за основними дисциплінами освітніх програм спеціальності С7 «Журналістика» (освітні програми «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування», «Міжнародна журналістика») першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, зокрема, розуміння понять та категорій журналістики в їх історичному розвитку та сучасному значенні; етапів розвитку української та світової журналістики та її найвідоміших представників; структури сучасного медіаринку; кола професійних обов'язків журналістів; специфіки підготовки журналістських матеріалів для різних типів медіа; принципів журналістської діяльності; норм професійної етики та професійних стандартів журналістики.

Форма проведення фахового іспиту: іспит проводиться у письмовій формі у вигляді комп'ютерного тесту на базі програмного забезпечення у системі MOODLE.

Для виконання тестових завдань вступник 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.

Фаховий іспит до магістратури має виявити у вступників рівень теоретичних знань і практичних навичок у сфері соціальних комунікацій, теорії та практики діяльності журналіста.

ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ, УМІНЬ І НАВИЧОК У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ

Вимоги до професійного відбору

Вступники за спеціальністю С7 «Журналістика» повинні володіти такими програмними компетентностями та результатами навчання відповідно до професійних стандартів:

- знаннями та розумінням предметної області, розуміння професійної діяльності;
- мати навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел;
- створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- мати здатність навчатися й оволодівати сучасними знаннями, володіти навичками використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- застосовувати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
- відтворювати інформаційні та комунікаційні технології;
- використовувати знання зі специфіки створення і функціонування ЗМІ, стандарти професійної діяльності;
- застосовувати алгоритм редакційної підготовки видавничого продукту (друкованого, теле- та радіопродукту);
- знати і розуміти основні поліграфічні процеси і вимоги до поліграфічного виконання видання;
- мати здатність формувати інформаційний контент, володіти професійними технологіями, знаннями SMM-менеджменту;
- володіти практичними засадами копірайтингу, умінням виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи), моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній;
- використовувати IT-технологій та SMM-менеджмент у професійній діяльності.

Фаховий іспит проводиться за основними дисциплінами освітніх програм спеціальності С7 «Журналістика» (освітні програми «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування», «Міжнародна журналістика») першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: «Масова комунікація та інформація», «Медіаправо та медіаполітика», «Професійні стандарти та безпека діяльності», «Проблематика медіа та види журналістики», «Основи реклами і PR».

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. Максимально можна набрати **200 балів**.

На виконання 50 тестових завдань відводиться 60 хвилин. У випадку, якщо вичерпано час на виконання тестових завдань, система автоматично закриває програму, зберігає наявні відповіді, підсумовує результат виконання тесту вступником та фіксує у протоколі результат за встановлений часовий ліміт.

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

Визначення понять «інформація», «комунікація», «масова комунікація», «соціальні комунікації». Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Масова інформація як об'єкт міждисциплінарного вивчення (гуманітарних, точних, природничих наук). Методи дослідження масової інформації та масової комунікації.

Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації. Поняття комуніката і комуніканта. Сутність соціальної комунікації. Умови ефективної комунікації.

Проблеми нових медіа: інформаційна перевантаженість, недостовірність, авторське право, питання медіаетики та інше. Нові медіа як засіб керування суспільством. Захист особистих даних. Безпека індивіда та суспільства. Фейк. Інформаційні війни. Інформація як зброя сучасності. Мережеві війни. Нові медіа як інструмент інформаційних воєн.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні. Національні інновації та ініціативи. Інтеграція України у світовий та європейських інформаційних простір. Побудова в Україні інформаційного суспільства. Соціальні комунікації як чинник трансформації та модернізації України. Їхня роль у націотворенні та державотворенні. Особливості розвитку транзитивного суспільства. Процес роздержавлення українських медіа в контексті стратегій розвитку соціальних комунікацій. Поняття про суспільні медіа. Причини та умови формування суспільного мовлення в національному інформаційному просторі. Динаміка функцій соціальної комунікації як результат демократичних перетворень медіасистеми. Перспективи розбудови соціокомунікаційних процесів в Україні.

МЕДІАПРАВО ТА МЕДІАПОЛІТИКА

Основні принципи державної політики інформаційної безпеки. Джерела інформаційних загроз безпеці держави. Інформаційна уразливість держави. Проблема початку інформаційної війни. Типова стратегія інформаційної війни. Наслідки інформаційної війни.

Правове регулювання загальних питань інформації. Взаємозв'язки суспільства і соціальної інформації на сучасному етапі. Структура інформаційної діяльності. Регламентація загальних питань інформації в

українському законодавстві. Конституція і верховенство права в державі. Пряма дія Конституції. Конституція – Основний Закон держави, головний юридичний інструмент регулювання суспільних відносин.

ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ТА БЕЗПЕКА ДІЯЛЬНОСТІ

Засади принципи журналістської професії. Стандарти новинної журналістики. Виконання медіа функції інформування, аналізу, громадської критики та контролю. Правдивість і точність. Редакційна чесність і незалежність. Справедливість. Недоторканність приватного життя. Загальна характеристика стандартів новинної журналістики.

Висвітлення інформації про вразливі групи населення. Поняття про мову ворожнечі. Словник коректної лексики. Джинси: політична, іміджева, комерційна. Типові й нетипові ознаки джинси. Інтереси дітей і підлітків та редакційні вимоги. Перевірка інформації, отриманої від дітей. Поняття про гендерний баланс у медіа.

Висвітлення збройних конфліктів. Дотримання професійних стандартів та етичних норм при висвітленні збройних конфліктів і бойових дій.

ПРОБЛЕМАТИКА МЕДІА ТА ВИДИ ЖУРНАЛІСТИКИ

Якість та проблематичність медіаматеріалів. Поняття «якість» та «об'єктивність» у галузі медіа. Критерії визначення якості. Особливості процесів боротьби за якість медіа в Україні і за кордоном. Розвиток медіа в умовах ринкової економіки. Поняття «проблематика» медіа. Підходи до дослідження медіаматеріалів на проблематичність.

Проблематика регіональних медіа. Особливості становлення та функціонування зарубіжних регіональних медіа. Розвиток регіональних медіа в Україні (регіональні, муніципальні, приватні). Особливості висвітлення загальнонаціональних питань у регіональних медіа. Тематика регіональних медіа. Роль нових медіа в розвитку регіонального інформаційного простору України.

Пресова журналістика. Типологія газетно-журнальних видань. Вертикальна та горизонтальна інформаційна ніша. Демографічні та соціальні характеристики аудиторії, що визначають тип видання.

Структури редакції та способи їх розміщення. Головний редактор та його функції. Заступник головного редактора. Відповідальний секретар. Оглядачі, кореспонденти, репортери. Спеціалізація та універсальність. Власні та спеціальні кореспонденти. Позаштатні кореспонденти / фрілансери. Фотокори, більдредактори. Редактори, коректори. Верстальники. Контент-продюсери. Фахівці поза межами редакції. Сутність редагування. Мета й завдання редагування.

Планування структури номеру видання. Роль рубрикації в друкованих пресових виданнях. Характеристика заголовкового комплексу в періодиці. Принципи дизайну газет. Перша шпальта як головна складова іміджу газетного видання. Обкладинка як головна складова іміджу журнального

видання. Правила використання фотоілюстрації у пресі. Інфографіка на сторінках сучасної періодики.

Мета та завдання редакційного маркетингу. Дослідження ринку. Сегментування ринку. Позиціонування видання на ринку. Реагування на читацький попит. Планування стратегії ризику. Критерії результативності журналістської діяльності та активна позиція редакції. Бізнес-планування редакції газети – шлях до ефективності виробництва.

Радіожурналістика. Правила роботи з мікрофоном, диктофоном, програмами автоматизації радіоефіру. Створення концепції авторської програми: назва, хронометраж, періодичність, цільова аудиторія, жанр, форма проведення. Робота над іміджем ведучого авторської програми. Визначення структури проекту авторської програми.

Тележурналістика. Телебачення як соціальне явище. Економічні, соціальні та науково-технічні чинники розвитку телебачення. Основні функції телебачення в суспільстві. Місце ТБ в системі соціальних комунікацій. Унікальні та типові особливості тележурналістики. Особливості телевиробництва. Особистість і команда. Система телевізійних професій як відображення інтеграційного розвитку телемовлення. Методи формування творчих команд.

Тематично-жанрова структура телеефіру.

Інтернет-журналістика. Визначення та особливості Інтернет-журналістики. Веб-технології журналістики. Властивості веб-публікацій: інтерактивність, персональний підхід, інфоцентричність, миттєвість, вимірність, гнучкість, взаємопов'язуваність, економічність.

Особливості сприйняття інформації в Інтернеті. Гіпертекст в інтернет-журналістиці. Поняття про гіпертекст в онлайн-матеріалах, основні види та правила роботи з гіперпосиланнями. Робота над композицією текстів для інтернет-видань; особливості побудови текстів для онлайн-журналістики. Робота із заголовками. Особливості існування класичних новинних жанрів журналістики: замітки, репортажу та інтерв'ю в мережевих виданнях. Трансформація аналітичних жанрів: кореспонденції, статті, огляду, коментаря, рецензії до потреб інтернет-аудиторії. Типи структур сайтів: пласка структура (зіркова чи повнозв'язкова), лінійна структура (послідовна), деревовидна структура, комбінована структура. Явище SMM. Специфіка та механізми просування журналістського продукту у мережі за допомогою SMM-менеджменту. Механізми побудови доброзичливих стосунків з читачем.

ОСНОВИ РЕКЛАМИ І PR

Організація рекламної та PR-діяльності в сучасному світі. Діяльність спеціаліста з реклами та PR в сучасній компанії; основні функції реклами і зв'язків з громадськістю для рекламної агенції, рекламодавця. Рекламодавці, їх класифікація. Рекламні агентства та рекламні служби підприємств.

Інфраструктура рекламної та PR галузі в Україні. Інформаційне забезпечення в рекламі та PR. Система підготовки професійних кадрів для

українського рекламного та PR бізнесу. Роль і значення реклами та PR в сучасному українському суспільстві. Рейтинги PR та рекламних агенцій за визначеними критеріями (креатив, рівень доходу, кількість клієнтів, розмір бюджетів).

Власна служба реклами та PR в організації: характеристика, особливості створення. Місце служб реклами та PR у корпоративній структурі. Переваги та недоліки співпраці із автономними агентствами в рекламній та PR-сфері.

Планування рекламних та PR-заходів. Цілі рекламної та PR-кампанії. План, функції, види рекламної та PR-кампанії. Визначення понять: медіапланування, медіаканал, медіаносій.

Загальні відомості про рекламний та PR бюджет. Основні статті бюджету (структура бюджету). Формування рекламного бюджету.

Копірайтинг як вид професійної діяльності. Технології копірайтингу. Особливості розробки назви торгової марки. Структурні компоненти рекламного тексту, їх функції та правила написання. Типологія рекламних текстів. Жанрова характеристика PR-текстів. Жанрова характеристика комбінованих PR-текстів. Жанрова характеристика медіатекстів.

Спічрайтерство. Принципи та методи взаємодії з громадськістю за допомогою спічрайтингу. Види та особливості складання публічних текстів. Визначення формату виступу. Публічні виступи та спічрайтинг.

Івенти в рекламі та PR: поняття, характерні риси, типологія. Інформаційні приводи для рекламних та PR-заходів. Інформаційні, іміджеві та спеціальні заходи.

Організація та проведення заходів за участю масмедіа. Пресконференція: специфіка проведення, типові помилки організації. Процедура відповідей на запитання журналістів. Особливості брифінгу, престуру, «круглого столу».

Маркетингові комунікації в рекламі та PR: сутність, цілі, завдання. Модель сучасних маркетингових комунікацій. Характеристика учасників маркетингових комунікацій. Основні класифікації засобів масової комунікації.

Реклама та PR у різних сферах: економічній, політичній, соціальній, державному управлінні. Прессекретарство як інструмент комунікації. Кризова комунікація як інструмент кризового менеджменту: сутність, фактори успішності, найбільш типові помилки. Практика кризового реагування.

ЗРАЗКИ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ТЕСТОВОГО ЗАВДАННЯ

Вибір однієї правильної відповіді

1. До інформаційних жанрів журналістики традиційно належать:
- a. звіт, стаття, репортаж, інтерв'ю, есе;
 - b. інтерв'ю, звіт, замітка, репортаж;
 - c. інтерв'ю, репортаж, замітка, огляд;
 - d. нарис, репортаж, есе, кореспонденція.

Множинний вибір (завдання на вибір кількох правильних відповідей)

1. Оберіть головні властивості телебачення:
- a. діалогічність;
 - b. всеосяжність (як і радіо);
 - c. репортажність (присутність) та онлайн;
 - d. оперативність;
 - e. проста технологія створення контенту.

Установити відповідність:

- | | |
|---------------------------------|-------------|
| a. інформаційні жанри | a. Репортаж |
| b. аналітичні жанри | b. Рейтинг |
| c. художньо-публіцистичні жанри | c. Пародія |

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

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 тестові завдання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання тестових завдань.
160 – 179	Виставляється за ґрунтовні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені тестові завдання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування тестових завдань.
140 – 159	Виставляється за міцні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені тестові завдання, які, однак, містять певні неточності; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання тестових завдань.
120 – 139	Виставляється за посередні знання навчального матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні тестових завдань.
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 тестових завдань.
1 – 99	Незадовільно. Виставляється за незнання значної частини навчального матеріалу, істотні помилки у відповідях на тестові завдання, невміння орієнтуватися під час розв'язання тестових завдань, незнання основних фундаментальних положень.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Законодавчі і нормативно-правові документи

1. Конституція України (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>.
2. Про авторське право і суміжні права. Закон України від 1 грудня 2022 року № 2811-IX (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>.
3. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста. Закон України від 23 вересня 1997 року № 540/97-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр#Text>.
4. Про державну таємницю. Закон України від 21 січня 1994 року № 3855-XII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12#Text>.
5. Про доступ до публічної інформації. Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>.
6. Про інформацію. Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
7. Про медіа. Закон України від 13 грудня 2022 року № 2849-IX (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
8. Про систему іномовлення України. Закон України від 8 грудня 2015 року № 856-VIII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-19#Text>.
9. Про суспільні медіа України. Закон України від 17 квітня 2014 року № 1227-VII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>.
10. Про рекламу. Закон України від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>.
11. Етичний кодекс українського журналіста. URL: <https://nsju.org/spilka/dokumenty/#1642060895505-0c2d8311-e930>.
12. Кодекс етики українського журналіста. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code>.
13. IFJ Global Charter of Ethics for Journalists. URL: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>.

Основна

1. Гарматюк О. В. Паблік рилейшнз : навч.-метод. посіб. / МОН України, Уманськ. держ. пед. ун-т ім. П. Тичини. Умань : Візаві, 2019. 248 с.
2. Досенко А. К., Погребняк І. В. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери : навч.-метод. посіб. Київ : ЦУЛ, 2020. 189 с.
3. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 197 с.

4. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології : навч. посіб. Київ : Розумники, 2021. 192 с.
5. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студентів закл. вищ. освіти / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2018. 514 с.
6. Квіт С. Масові комунікації. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>.
7. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі, фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
8. Лебон Г. Психологія мас. Київ : Андронум, 2021. 138 с.
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : ЦУЛ, 2018. 496 с.
10. Навальна М., Ісайкіна О. Медіакомунікації : навч. посіб. Переяслав-Хмельницький : Вид-во КСВ, 2018. 220 с.
11. Огілві Д. Про рекламу / Девід Огілві. Харків : КСД, 2023.
12. Посібник з безпеки для журналістів : Посібник для репортерів у небезпечних зонах / UNESCO, Reporters Without Borders. 2022. 151 с. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381168>.
13. Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики : підручник / В. В. Лизанчук, І. В. Крупський, О. М. Білоус та ін. ; за ред. В. В. Лизанчука. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 420 с.
14. Теорія і практика друкованої журналістики : навч.-метод. посіб. для проведення лаборатор. занять (для студентів спеціальності «Журналістика») / уклад. Барчан О.В. Ужгород, 2021. 27 с.
15. Чекмишев О. Основи журналістики. Київ : ВЦ «Академія», 2021. 168 с.
16. McQuail D. McQuail's Media and Mass Communication Theory / Denis McQuail, Mark Deuze. 7th ed. SAGE Publications Ltd, 2020. 688 p. URL: <https://www.perlego.com/book/3740289/mcquails-media-and-mass-communication-theory-pdf>.

Додаткова

1. Georgiievskia V. History of Ukrainian Journalism: Functioning of the Advertising and Reference Press in the Territory of Transdnipier Ukraine (XIX – early XX centuries). Kyiv : ЦУЛ, 2023.
2. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 304 с.
3. Ботьц Н. Абетка медіа / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
4. Галлер М. Репортаж : навч. посіб. / пер. з нім. : В. Климченко, В. Олійник ; ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 347 с.

5. Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 271 с.
6. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наук. думка, 2017. 350 с.
7. Основи реклами та зв'язків із громадськістю : підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 431 с.
8. Паращук В. Ю., Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації. Київ : Академія, 2010. 240 с.
9. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Вид. 3-тє, допов. та перероб. Київ : Києво-Могилян. акад., 2016. 504 с.
10. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. / КНТЕУ. Київ, 2016. 284 с.
11. Рус-Моль Ш. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко ; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
12. Срібняк І. В. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.) : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. 264 с.
13. Терещук В. І. Масові комунікації: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Ун-т економіки та права «КРОК», 2017. 200 с.

Інтернет-ресурси

1. Абетка соціальних комунікацій : довідник / уклад. Г. В. Горбенко ; за наук. ред. Л. Г. Масімової. Київ : Жнець, 2014. 152 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/7768/1/Gorbenko_G_Masimova_L_Abetka_socialnuh_comunikacij_c_152.pdf.
2. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. практ. посіб. / Ін-т масової інформації. Київ : Софія-А, 2016. 184 с. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>.
3. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с. URL: <https://www.aup.com.ua/uploads/TMbook.pdf>.
4. Куляс І., Головенко Р., Земляна І. ЗМІ та вибори Саморегуляція, безпека, закони / за заг. ред. Н. Лигачової-Чернолуцької, О. Романюк ; Ін-т масової інформації. Київ, 2018. 100 с. URL: https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/posibnyk_WEB_2.pdf.