



Маріупольський
університет

ПРОГРАМА

**вступних випробувань
на 2024 рік**

для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за 061 Журналістика ОПП «Публічні комунікації»

Програма вступних випробувань на 2024 рік для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 061 Журналістика ОПП «Публічні комунікації» / С. В. Безчотнікова, Т.В. Іванова, О.В. Єфремова, М.А. Фоломєєв. Київ : МДУ, 2024. 10 с.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

д. філол. н., професор кафедри соціальних комунікацій Безчотнікова С. В.

д. педагог. н., професор кафедри соціальних комунікацій Іванова Т.В.

к.соц.н., доцент Фоломєєв М.А.

ст. викладач кафедри соціальних комунікацій Єфремова О.В.

Програма вступного фахового іспиту призначена для вступників за освітнім ступенем «Магістр» зі спеціальності 061 – Журналістика (освітньо- професійні програми «Публічні комунікації»). Структура програми складається з детального опису вимог до рівня підготовки вступника, порядку проведення іспиту, критеріїв оцінювання робіт. Перелік питань для іспиту має на меті спрямувати хід підготовки вступників до виконання вступної роботи. Програма містить перелік питань до співбесіди для вступників за перехресним вступом. Список літератури, наведений у програмі, охоплює запропоновані питання вступного випробування.

Програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій
Протокол № 07 від 20 лютого 2024 р.

ЗМІСТ

ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ІСПИТУ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО (МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 061 ЖУРНАЛІСТИКА ОПІ «ПУБЛІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ» ДЛЯ ОСІБ, ЯКІ КОРИСТУЮТЬСЯ СПЕЦІАЛЬНИМИ УМОВАМИ ВСТУПУ.....	4
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	9

**ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ІСПИТУ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО
(МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
061 ЖУРНАЛІСТИКА ОПІ «ПУБЛІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ» ДЛЯ ОСІБ, ЯКІ
КОРИСТУЮТЬСЯ СПЕЦІАЛЬНИМИ УМОВАМИ ВСТУПУ**

Пояснювальна записка

Зарахування до Маріупольського державного університету на спеціальність «Журналістика» за освітнім ступенем «Магістр» здійснюється на основі здобутого в МДУ освітнього ступеня «Бакалавр» за конкурсом відповідно до результатів вступних випробувань, оцінюваних за шкалою від 0 до 200 балів.

Вступний екзамен із журналістики покликаний виявити ступінь підготовки абітурієнта до навчання за ОС «Магістр» у Маріупольському державному університеті.

Формою вступних випробувань на ОС «Магістр» є фаховий екзамен у письмовій формі із використанням інформаційно-комунікаційних технологій Zoom, Viber, WhatsApp, Telegram, Google Meet тощо та навчального порталу Moodle МДУ.

Програма вступного екзамену побудована у відповідності до вимог обов'язкового мінімуму змісту та рівня підготовки бакалавра або спеціаліста зі спеціальності «Журналістика», затверджених стандартів вищої освіти в Україні. Програма включає орієнтовний перелік питань для підготовки до вступного випробування. Також в програмі наведено перелік питань для вступників по перехресному вступу, що проходять попередню співбесіду.

Мета: виявити знання абітурієнтами теоретичних основ журналістики, масової комунікації та журналістської творчості, реклами та зв'язків з громадськістю; з'ясувати розуміння ними основних етапів становлення і розвитку журналістики як соціального інституту в Україні та світі; оцінити рівень мовної компетенції майбутніх магістрів, їх здатність до виконання наукових досліджень у галузі журналістики та зв'язків з громадськістю; визначити творчо мислячих абітурієнтів, здатних до аналізу та прогнозування соціальних, політичних, економічних проблем, що володіють методикою підготовки інформаційних, аналітичних, художньо- публіцистичних текстів.

Абітурієнти повинні знати:

- засоби і методи соціального спілкування;
- методологію управління персоналом;
- основи виробництва радіо- та телевізійного рекламного продукту;
- основні положення теорії журналістики, видавничої справи та редагування;
- типи і види організації корпоративних комунікацій;
- засоби і методи впливу на маси;
- місце етичного кодексу у професійній діяльності журналіста;
- основні етапи розвитку та становлення журналістикознавчої науки та масової комунікації;
- основні стадії видавничого процесу;
- поняття і визначення масової комунікації;
- роль журналістів у середовищі масового спілкування поряд із іншими учасниками цього процесу;
- системи проблем і завдань журналістики;
- специфіку предметів теорії журналістики, масової комунікації та журналістської творчості;
- теорії масової комунікації;
- форми та методи професійної підготовки в галузі журналістики.

Абітурієнти повинні вміти:

- визначати предмет і завдання журналістики;

- володіти навичками саморедагування та редагування текстів різних видів;
- готувати рукописи до друку і здійснювати редакторський контроль за їх виданням;
- ефективно працювати з архівними, бібліотечними та іншими фондами;
- застосовувати категоріальний апарат теорії журналістики, масової комунікації та журналістської творчості;
- застосовувати норми етичного кодексу у своїй діяльності;
- користуватися сучасними методами вивчення теоретичних та практичних явищ, виявляючи та критично оцінюючи їх суть і генезис;
- планувати науково-дослідну роботу;
- редагувати, реферувати, рецензувати різні тексти;
- складати анотації, реферативні огляди текстів різних жанрів, у тому числі текстів, сприйнятих на слух через усні засоби масової інформації;
- ставити і обґрунтовувати мету й завдання наукових досліджень тощо;
- створювати різноманітні за жанрово-стилістичними ознаками тексти;
- створювати фірмовий стиль.

Рівень готовності абітурієнтів із базовою вищою освітою до самостійної професійної діяльності у відповідності до вимог моделі фахівця з журналістики визначається якістю оволодіння ними навчальними дисциплінами, передбаченими навчальним планом освітнього ступеня «Бакалавр» успішністю проходження всіх видів практики та мірою володіння навичками науково-дослідницької роботи.

Вступне випробування триває протягом 1 години і передбачає виконання завдань відкритого і закритого типів у форматі онлайн на платформі Moodle.

1.2. Питання для вступного іспиту

1. «Історія української журналістики» як навчальна дисципліна.
2. «Комерційна революція» у газетній пресі Америки (1830-1840-ві роки).
3. «Український домовод» як перший український галузевий журнал.
4. Автобіографізм у журналістиці.
5. Акції sales promotion.
6. Альманах М. Максимовича «Києвлянин».
7. Англійська журналістика другої половини XIX століття та пізньовікторіанського періоду.
8. Англійська журналістика першої половини XIX століття.
9. Бісмарк і німецька преса.
10. Взаємодія функцій журналістики.
11. Вивчення громадської думки.
12. Види журналістських текстів й особливості їх редагування.
13. Види інформаційних промов.
14. Види регулювання етичних порушень у ЗМІ.
15. Вимоги до журналістів при роботі з інформацією.
16. Вимоги до роботи журналіста з джерелами інформації.
17. Глобалізація PR-діяльності. Міжнародні та національні організації зі зв'язків з громадськістю.
18. Державна політика у сфері ЗМІ.
19. Етапи підготовки публічного виступу.
20. Етикет журналіста під час інтерв'ю.
21. Етичні методи добування інформації з мережі Інтернет, інших інформаційних мереж.
22. Етичні проблеми журналістів в Інтернеті.
23. Етичні стосунки журналіста з колегами.

24. Європейський досвід саморегулювання у галузі деонтології преси.
25. Журнал «Основа» та його роль в історії української журналістики.
26. Журналістика як вид творчої діяльності.
27. Журналістика як феномен культури.
28. Журналістська діяльність Дж. Пулітцера та У. Херста.
29. Журналістська етика – інтегративна наука.
30. Журналістські права і обов'язки у світлі Європейської конвенції з прав людини.
31. Забезпечення інформаційної безпеки у сфері ЗМІ.
32. Загальна характеристика газети «Харьковские известия».
33. Загальні принципи роботи журналістів з джерелами інформації.
34. Загальні принципи та правила діяльності зі зв'язків з громадськістю.
35. Задум – тема – концепція – ідея журналістського твору.
36. Засоби привернення уваги аудиторії.
37. Захист суспільної моралі в мас-медіа.
38. Зміст і структура понять соціальна відповідальність журналіста, політична культура журналіста.
39. Імідж лідера та його види.
40. Імідж організації.
41. Інтерв'ю як один із журналістських методів.
42. Інформаційні норми редагування.
43. Інфраструктура системи ЗМІ.
44. Історичне становлення основних типів комунікації.
45. Керування засобами масової інформації та інформацією.
46. Класифікація функцій журналістики.
47. Кодекс професійної етики українського журналіста.
48. Комунікативна, організаційна, інформаційна функції газети «Зоря Галицька».
49. Методи впливу структур суспільства на пресу.
50. Методика роботи над текстом твору. Зачин і кінцівка.
51. Мистецтво полеміки в журналістиці.
52. Міжнародні документи з журналістської етики.
53. Міжнародні принципи журналістської етики.
54. Місце масової комунікації у політиці.
55. Національний інформаційний простір: структура і потенціал.
56. Нові мас-медіа та ефективність використання в них політичної реклами.
57. Нові явища і тенденції підготовки рекламних матеріалів.
58. Новітні жанрові форми журналістської практики.
59. Нормативна база редагування.
60. Нормативні документи журналістської етики.
61. Образ автора і авторське «я» в журналістиці.
62. Основні різновиди етики. Місце і роль журналістської етики.
63. Основні тенденції розвитку ЗМІ у XX столітті.
64. Основні тенденції розвитку періодичної преси США та Європи кінця XIX – початку XX століття.
65. Основні типи аргументації та узагальнень в журналістиці.
66. Основні форми комунікативної поведінки (монолог, полілог, діалог).
67. Основні центри підготовки кадрів з реклами та PR в Україні.
68. Основні якості спічрайтера.
69. Переконуюча промова.
70. Поліграфічна друкована продукція.
71. Поняття громадськості..
72. Поява перших інформаційних агенцій у Європі.
73. Право на одержання інформації. Українське законодавство і практичний досвід.

74. Правові основи лобіювання. Зміст роботи лобістів.
75. Прийоми маніпулювання інформацією і небезпека їх використання.
76. Приклади зловживання свободою слова та необхідність її обмеження в інтересах суспільства у певних випадках.
77. Принципи етичної роботи з інформацією щодо злочинів і нещасних випадків.
78. Редакційно-видавничий процес як сукупність професійних дій.
79. Різновиди аргументації у публіцистиці.
80. Розвиток радіомовлення у ХХ столітті.
81. Розвиток телебачення у світі.
82. Роль англійської газети «The Times» у становленні якісної преси у світі.
83. Свобода ЗМІ як етична цінність журналістики.
84. Свобода преси і цензура в Україні.
85. Свобода слова і професійна відповідальність журналіста.
86. Сенсація у пресі та її різновиди.
87. Синтез документального й художнього в журналістському творі.
88. Система жанрів журналістики.
89. Система принципів журналістики.
90. Складові журналістської майстерності.
91. Соціальні джерела виникнення журналістики.
92. Специфіка моральної культури журналіста.
93. Спічрайтерський текст як основний результат діяльності спічрайтера.
94. Становлення і розвиток преси в м. Маріуполі.
95. Тактики у спілкуванні.
96. Телевізійна передача як комплекс художніх та технічних засобів.
97. Телевізійний сценарій. Принципи побудови.
98. Теорія журналістики як методологічна основа професійної підготовки журналістів.
99. Фальсифікації і плагіат у контексті професійної етики.
100. Форми реалізації інформаційної політики.
101. Цілі, завдання, принципи організації підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах державної влади.

1.3. Критерії оцінювання вступного іспиту

Оцінювання фахового вступного іспиту здійснюється за 200-бальною шкалою (від 0 до 200 балів). Мінімальна кількість балів – 0. Максимальна кількість балів – 200. Прохідний бал – 130.

Шкала оцінювання

«незадовільно»	0 – 129	Вступник розрізняє об'єкти вивчення. Вступник відтворює незначну частину навчального матеріалу, має нечіткі уявлення про об'єкт вивчення. Вступник відтворює лише частину навчального матеріалу; виконує елементарні завдання.
«задовільно»	130 – 149	Вступник здатний до відтворення основного навчального матеріалу, може повторити за зразком певну операцію, дію. Вступник відтворює основний навчальний матеріал, здатний з помилками й неточностями дати визначення понять, сформулювати правила, визначення, поняття. Вступник виявляє знання й розуміння основних положень навчального матеріалу. Відповідь його(її) правильна, але недостатньо осмислена. Вміє застосовувати знання при виконанні завдань за зразком.
«добре»	150 – 179	Вступник правильно відтворює навчальний матеріал, знає основоположні теорії і факти, вміє наводити окремі

		власні приклади на підтвердження певних думок, частково контролює власні навчальні дії. Знання вступника є достатніми, він (вона) застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях, намагається аналізувати, встановлювати найсуттєвіші зв'язки і залежність між явищами, фактами, робити висновки, загалом контролює власну діяльність. Відповідь його (її) логічна, хоч і містить певні неточності. Вступник добре володіє вивченим матеріалом, застосовує знання в стандартних ситуаціях, вміє аналізувати й систематизувати інформацію, використовує загальновідомі докази із самостійною і правильною аргументацією.
«відмінно»	180 – 200	Вступник має повні, глибокі знання, здатний (а) використовувати їх у практичній діяльності, робити висновки, узагальнення. Вступник має гнучкі знання в межах вимог навчальних програм, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях, вміє знаходити інформацію та аналізувати її, ставити і розв'язувати проблеми. Вступник має системні, міцні знання в обсязі та в межах вимог навчальних програм, усвідомлено використовує їх у стандартних та нестандартних ситуаціях. Вміє самостійно аналізувати, оцінювати, узагальнювати опанований матеріал, самостійно користуватися джерелами інформації, приймати рішення.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Беата Бель, Олександр Бурмагін, Томаш Патора, Олег Хоменок. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика. Київ, 2013. –190 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві : психологія, технології, тактика паблік рилейшнз : монографія / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
3. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Е. Бойд. – К.: ТОВ «Київська типографія». – 429 с.
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. Ред. В.Ф. Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с. Стаття: Новини та етика. – С. 217-258.
5. Владимиров В. Вступ до спеціальності «Журналістика»: навч. посібник / В.М. Владимиров. – К.: МАУП, 2007. – 166 с.
6. Гетьманець М. Сучасний словник літератури і журналістики / М.Ф. Гетьманець, І.Л. Михайлин. – Харків: Прапор, 2009. – 384 с.
7. Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ / Адаптація та упорядкування – Алла Лазарева. – К., 1999. – 96 с.
8. Даниленко С. Європейська журналістика: система підготовки журналістів у Німеччині / С.І. Даниленко // Вісник Київського ун-ту. Серія: Журналістика. – К., 1996. – Вип.3. – С.91-99.
9. Збірник праць кафедри української преси: На пошану професора Володимира Здоровеги з нагоди 70-річчя від дня народження. – Львів: ЛНУ ім.І.Франка, 2000. – Вип.3.– 411 с.
10. Іванов В. Журналістська етика: Підручник / В.Ф. Іванов, В.Є. Сердюк. - [2-ге вид., випр.] – К.: Вища школа, 2007. – 231 с.
11. Іванов В. Комп'ютерні технології в ЗМІ: сучасне та майбутнє [навчальний посібник] / В.Ф. Іванов, О.К. Мелещенко. – К.: «Київський університет», 1997. – 172 с.
12. Іванов В. Техніка оформлення газети / В.Ф. Іванов. – К.: «Знання», 2000. – 224 с.
13. Інформаційна сфера як духовне явище / За ред. проф. А.З. Москаленка. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 122 с.
14. Капелюшний А.О. Стилїстика редагування журналістських текстів / А.О. Капелюшний. – Львів, 2003. – 148 с.
15. Качкан В. Жанри публіцистики / В.А. Качкан. – К.: НМК ВО, 1988. – 120 с.
16. Кузнецова О. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень. – [Монографія] – Львів: Світ, 1998. – 412 с.
17. Масова інформація: Підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губернський, В.Ф. Іванов, В.А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
18. Михайлин І.Л. Історія української журналістики ХІХ століття / І.Л. Михайлин. – Харків, 2000. – 720 с.
19. Москаленко А.З. Основи масово-інформаційної діяльності / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов. – К., 1999. – 634 с.
20. Москаленко А.З. Основи журналістики: Тексти лекцій / А.З. Москаленко. – К.: ВПЦ «Київський університет», 1994. – 135 с.
21. Москаленко А.З. Теорія журналістики. Навч. посібник / Під ред. В.Ф. Іванова. – К.: Екс Об, 2003. – 334 с.
22. Нерух О.О. Першооснови журналістської творчості: Навчальний посібник для студентів філологічного факультету, спеціальність “журналістика” / О.О. Нерух. – Х.:

- Світ дитинства, 2000. – 108 с.
23. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – [2-е вид., доп.] – К.: ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.
 24. Публіцистика і тенденції розвитку світу: Збірник наук. статей. – Львів: Львівськ. держ ун-т, 1999. – 176 с.
 25. Різун В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві / В. Різун, Т. Скотнікова. – К.: Преса України, 2008. – 144 с.
 26. Різун В.В. Моделювання і технологія редакторських систем / В.В. Різун К., 1995. – 200 с.
 27. Словник термінів і понять для журналістів і політологів / під ред. Мелещенко О.К. – К.: Грамота, 2007. – 72 с.
 28. Тимошик М.С. Видавнича справа та редагування: Навчальний посібник / М.С. Тимошик. – К.: «Видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – 224 с.
 29. Халер М. Пошук і збір інформації: навчальний посібник / М. Халер. – К.: Академія Української Преси: Центр Вільної Преси, 2006. – 308 с.
 30. Українське законодавство: Засоби масової інформації. – К.: ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.
 31. Джефкінз Ф. Реклама: практичний посібник / Ф. Джефкінз. – К.: Знання, 2008. – 565 с.
 32. Джулер А. Д., Дрюниани Б. Л. Креативные стратегии в рекламе: Пер. с англ. / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2003. – 384 с.
 33. Іванов В.Ф. Журналістська етика: Підручник / В.Ф. Іванов, В.С. Сердюк. – 2 вид., випр. – К.: Вища школа, 2007. – 231 с.
 34. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
 35. Масова комунікація / Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
 36. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз: навчальний посібник / В.А. Мойсеев. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.
 37. Почепцов Г.Г. Информация и дезинформация / Г.Г. Почепцов. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – 256 с.
 38. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник / Г.Г. Почепцов. 2-е вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2004. – 373 с.
 39. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г.Г. Почепцов. – М., К.: Рефл-бук, Ваклер, 2002. – 624 с.
 40. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – М: Центр, 2004. – 352 с.
 41. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации от речей президентов до переговоров с террористами / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 1998. – 362 с.
 42. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г.Почепцов. – [2-е вид., доп.] – К.: ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.
 43. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікацій та управління: навчальний посібник / І.Ю. Слісаренко. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
 44. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник/ В.В. Лісничий, В.О. Грищенко, В.М. Іванов та ін. – 2-ге видання. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 384 с.
 45. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С., пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб: Питер, 2001. – 800 с.
 46. Яковець А.В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник-К.: Вид.дім «Кисво-Могилянська академія», 2007. – 240 с