

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін

Код РПНД О71842



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Program of the Discipline
ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ
(журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)
Introduction to the specialty
stock photography, advertising and public relations

рівень вищої освіти	<u>перший (бакалаврський)</u>
тип дисципліни	<u>обов'язкова</u>
мова викладання	<u>українська</u>

Миколаїв – 2021 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика освітня програма «Журналістика (Реклама і зв'язки з громадськістю)» «28» серпня 2022 року. 13 с.

Розробник: Гінкевич О. В., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» узгоджено з гарантом освітньої програми Гарант освітньої програми «Журналістика (Реклама і зв'язки з громадськістю)»

Доктор філологічних наук,
професор



Філатова О. С.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» розглянуто на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Протокол № 5 від «24» листопада 2022 р.



Філатова О. С.

Завідувач кафедри

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» розглянуто Науково-методичною комісією Навчально-наукового гуманітарного інституту
Протокол № 6 від «14» лютого 2022 р.

Голова



Бобіна О. В.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу



Лабарткава А. В.

Робоча програма навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» затверджено Навчально-методичною радою НУК
Протокол № 2 від «27» листопада 2022 р.

Голова НМР НУК



Трушляков Є. І.

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Опис навчальної дисципліни.....	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни.....	5
3. Передумови для вивчення дисципліни	6
4. Очікувані результати навчання.....	6
5. Програма навчальної дисципліни.....	6
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методів їх демонстрування.....	9
7. Форми поточного та підсумкового контролю	9
8. Критерії оцінювання результатів навчання	10
9. Рекомендовані джерела інформації.....	11

ВСТУП

Анотація

Мета курсу полягає в тому, щоб студенти опанували основні поняття журналістики, реклами та піару. Завдання дисципліни полягає у формуванні в студентів професійної відповідальності за інформацію, моральних засад журналістської праці, глибокого розуміння принципів, функцій діяльності ЗМІ, норм професійної етики, а також – стійкої світоглядної позиції, національно-духовних переконань, державницького мислення, вдосконалення творчої обдарованості, інтелектуальних здібностей.

Ключові слова: реклама, PR, журналіст, стандарти журналістики, медіапродукт, професійна етика.

Abstract

The aim of the course is for students to master the basic concepts of journalism, advertising and PR. The task of the discipline is to form in students professional responsibility for information, moral principles of journalistic work, deep understanding of principles, functions of mass media, norms of professional ethics, as well as - stable worldview, national and spiritual beliefs, state thinking, improving creative talent, intellectual abilities .

Key words: advertising, PR, journalist, journalism standards, media product, professional ethics.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	<u>Галузь знань:</u> 06 Журналістика	Нормативна	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Електронний адрес РПНД на сайті Університету	<u>Спеціальність:</u> 061 Журналістика <u>Освітня програма:</u> «Реклама і зв’язки з громадськістю»	Семестр	
Загальна кількість годин – 90		1-й	1-й
		Лекцій	
		15 год.	4
		Семінарські	
		15 год.	4
		Самостійна робота	
60 год.	82		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2; самостійної роботи студента – 4.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Вид контролю: залік	
		Форма контролю: комбінована	

2. МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» полягає в тому, щоб студенти опанували основні поняття журналістики, реклами та піару. Завдання дисципліни полягає у формуванні в студентів професійної відповідальності за інформацію, моральних засад журналістської праці, глибокого розуміння принципів, функцій діяльності ЗМІ, норм професійної етики, а також – стійкої світоглядної позиції, національно-духовних переконань, державницького мислення, вдосконалення творчої обдарованості, інтелектуальних здібностей.

Метою вивчення навчальної дисципліни «ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ (Журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)» є формування у студентів відповідно до освітньої програми таких компетентностей:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ФК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності

ФК02. Здатність формувати інформаційний контент

3. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Програму навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» укладено згідно вимог організації навчання. Програма «Вступ до спеціальності» визначає обсяги знань, які повинен опанувати студент відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу з дисципліни, необхідне методичне забезпечення, складові й технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

В результаті опанування курсу студенти мають знати та вміти:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль ЗМІСТ, СТРУКТУРА, ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ КУРСУ

Змістовий модуль 1. Предмет і завдання курсу. Основні поняття журналістики.

Тема 1. Предмет і завдання курсу «Вступ до спеціальності (журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю)».

Мета дисципліни. Структура. Очікувані знання та вміння. Зв'язок з іншими дисциплінами.

Література: [1, с. 15-40]; [3, с. 34-56]; [4, с. 4-10].

Тема 2. Основні поняття і терміни журналістики.

Поняття радіожурналістика. Поняття тележурналістика. Поняття ЗМІ (засоби масової інформації), ОМС (органи масового спілкування), СЗІ (суспільно значима інформація). Інформаційний простір. Основні виміри масової аудиторії журналістики.

Література: [2, 45-66]; [5, с. 10-16]; [8, с. 15-25].

Тема 3. Історія виникнення і розвитку журналістики.

Основні чинники виникнення журналістики. Історія пражурналістських явищ. Попередники журналістики. Перші часописи. Основні етапи розвитку світових мас-медіа.

Література: [3, с. 72-115]; [6, с. 18-56]; [8, с. 12-26].

Змістовий модуль 2. Системоутворювальні складові реклами та PR.

Тема 4. Головні відмінності між рекламою і PR.

Суб'єкт, об'єкт, мета та предмет реклами. Типи, види, категорії реклами. Функції реклами та в суспільстві. Поняття реклами. Реклама як процес комунікації. Реклама в системі маркетингу. Основні визначення реклами (зарубіжні, вітчизняні; законодавчі, наукові, прикладні, фахові, відомчі, авторські тощо). Рекламна термінологія (реклама, рекламне агентство, рекламна кампанія, аудиторія, ЗМІ, бренд, торгова марка, товарний знак, логотип, маркетинг).

Література: [7, с. 150-172]; [8, с. 41-80].

Тема 5. Становлення і розвиток рекламної діяльності.

Витоки рекламної діяльності. Реклама в античному світі. Реклама в середні століття. Реклама Ренесансу і епохи Просвітництва. Реклама в період розвитку індустріального виробництва і капіталістичної економіки. Розвиток рекламної діяльності в Україні. Сучасний рекламний процес в Україні.

Література: [1, с.173-221]; [3, с. 82-125].

Тема 6. Організаційні форми діяльності рекламних та PR служб.

Структура рекламної індустрії. Рекламодавці. Агентства з реклами та просування. Зовнішні ресурси. Цільова аудиторія. Форми рекламних та PR служб. Структура служб. Типологія агентств. Напрямки діяльності рекламних та PR служб.

Література: [1, с.173-221]; [3, с. 82-125].

Тема 7. Теоретичні засади зв'язків із громадськістю.

Паблік рилейшнз: суспільне явище, сутність, поняття, тлумачення. Поняття і тлумачення «Паблік рилейшнз». Класифікаційні підходи до визначень. Основна термінологія PR. Типологія зв'язків із громадськістю. Стратегія і тактика діяльності у сфері зв'язків із громадськістю.

Література: [7, с. 150-172]; [8, с. 41-80].

Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма навчання				заочна форма навчання			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	с	с.р.		л	с	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль ЗМІСТ, СТРУКТУРА, ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ КУРСУ								
Змістовий модуль 1. Предмет і завдання курсу. Основні поняття журналістики.								
Тема 1. Предмет і завдання курсу «Вступ до спеціальності»	14	2	2	10	13	2		11
Тема 2. Основні поняття і терміни журналістики.	16	2	4	10	17		2	15
Тема 3. Історія виникнення і розвитку журналістики.	15	2	3	10	15			15
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	45	6	9	30	45	2	2	41
Змістовий модуль 2. Системоутворювальні складові реклами та PR.								
Тема 4. Головні відмінності між рекламою і PR.	12	3	1	8	11			10
Тема 5. Становлення і розвиток рекламної діяльності.	11	2	1	8	12	2		11
Тема 6. Організаційні форми діяльності рекламних та PR служб.	11	2	2	7	11			10
Тема 7. Теоретичні засади зв'язків із громадськістю.	11	2	2	7	11		2	10
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	45	9	6	30	45	2	2	41
РАЗОМ ЗА КУРСОМ	90	15	15	60	90	4	4	82

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1.	Предмет і завдання курсу «Вступ до спеціальності»	2	
2.	Основні поняття і терміни журналістики.	4	2
3.	Історія виникнення і розвитку журналістики.	3	
4.	Головні відмінності між рекламою і PR.	1	

5.	Становлення і розвиток рекламної діяльності.	1	
6.	Організаційні форми діяльності рекламних та ПР служб.	2	
7.	Теоретичні засади зв'язків із громадськістю.	2	2
Разом		15	4

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка до практичних занять – **2 год./1 заняття**;
- виконання практичних завдань протягом семестру – **2 год./1 заняття**;
- написання есе, власних текстів, аналітичний огляд – **мінімум 5 годин на 1 роботу**;
- підготовка до контрольних заходів – **5 год. на 1 захід**.

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до практичних занять	20	20
2	Виконання практичних завдань	20	20
3	Написання есе, власних текстів, аналітичний огляд	10	30
4	Підготовка до контрольної роботи	10	32
Разом		60	82

6. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА МЕТОДІВ ЇХ ДЕМОНСТРУВАННЯ

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання виступають:

- усні відповіді;
- практичні завдання;
- контрольна робота;
- залік.

7. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю і оцінки заключного іспиту. У кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок. У проміжних оцінках студент може набрати до 60 балів. Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру (активність, участь в дискусіях; виконання завдань та інше).

Питома вага заключного заліку в загальній системі оцінок – 40 балів. Право здавати заключний залік дається студенту, який з урахуванням максимальних балів проміжних оцінок і заключного заліку набирає не менше 60 балів. Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок і оцінки заліку (за його наявності).

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки після досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній з позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їх оцінювання

Відповіді на практичних заняттях	Критерії оцінювання
4	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
3	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
2	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована думка
1	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовуються невірна термінологія
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 28 (7 тем по 4 бали).</i>	

Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	Критерії оцінювання
5	Завдання виконано правильно, повно, логічно, текст містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використано міждисциплінарні зв'язки, представлено аргументовані висновки
4	Завдання в цілому правильне, достатньо повне, логічне; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
3	Завдання виконано частково правильно, є неточності, недостатньо обґрунтована думка
2	Завдання виконано з помилками, аргументи сформульовані неточно, використовується невірна термінологія
1	Завдання виконано з суттєвими помилками, аргументи несформульовані, використовується невірна термінологія
0	Студент не виконав завдання
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 35 (7 тем по 5 бали).</i>	

Контрольна робота (письмово)	Критерії оцінювання
30-40	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
20-29	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
10-19	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
1-9	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 40 бали</i>	

Залік	Критерії оцінювання
35-40	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
25-34	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
15-24	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
5-14	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
1-4	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 40 балів</i>	

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Відповіді на практичних заняттях	7x4 бали = 28 балів	2x4 бали = 8 балів
Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	7x5 бали = 35 балів	7x5 бали = 35 балів
Контрольна робота	—	17 балів
Підсумковий контроль (залік)	40 балів	40 балів
Всього	100	100

8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

		Денне відділення		Заочне відділення	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
ЗМ1	Т1	Відповіді на практичних заняттях	4		-
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5
	Т2	Відповіді на практичних заняттях	4	Відповіді на практичних заняттях	4
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5
	Т3	Відповіді на практичних заняттях	4		-
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5
ЗМ2	Т4	Відповіді на практичних заняттях	4		-
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5
	Т5	Відповіді на практичних заняттях	4		-
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5

	Денне відділення		Заочне відділення	
	Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
Т6	Відповіді на практичних заняттях	4	Відповіді на практичних заняттях	4
	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5
Т7	Відповіді на практичних заняттях	4		-
	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	5
Контрольна робота (письмово)		–		17
Підсумковий контроль (залік)		40		40
Сума		100		100

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Андрейців І. Словничок освіченого українця. Як можна і не можна говорити про людей <https://life.pravda.com.ua/society/2018/01/23/228588/>
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: [монографія] / В. М. Бебик. К. : МАУП, 2021. 440 с.
3. Берегова О. М. Сучасні комунікації в культурі України : Навч. посібник. К. : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2021. 178 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг : Підручник. 4-те вид. доп. К. : Лібра, 2021. 717 с.
5. Голуб О. Медіакомпас : путівник професійного журналіста. К., 2018.
6. Грин Э. Креативность в паблік рилейшнз [Текст] / Пер. с англ. А. Н. Андреевой. СПб. : Издательский дом «Нева», 2018. 224 с.
7. Іванова О., Мойсєєва О., Стеблина Н. Місцева преса : посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. Київ : ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. http://www.ualocal.media/wp-content/uploads/2019/09/tutorial_print.pdf АБО в іншому форматі <http://www.ualocal.media/?p=112>
8. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи URL: http://diversipedia.org.ua/sites/default/files/guidelines_hatespeech_media.pdf
9. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики : практ. посіб.
10. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. Львів : Видавництво Українського католицького університету, 2017. 120 с. URL : http://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/429/Pavliv_Reportazh.pdf?sequence=1&isAllowed=y
11. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія і практика. URL : <https://irrp.org.ua/wp-content/uploads/2013/12/verstka.pdf>
12. Расулова О. Як журналістам не вдаватися до мови ворожнечі URL: <https://medialab.online/news/vorozhnecha/>

Допоміжна література

1. Бабенко В. Троянський кінь знову у дії: деякі аспекти розвитку та захисту інформаційного простору // Вісн. Київського ун-ту. Сер. : Журналістика. 2017. Вип.4. С.34-39.
2. Бебик В.М., Сидоренко О.І. Засоби масової інформації посткомуністичної України. К. : Міжрегіон. акад. управління персоналом, 2018.

3. Журналістика й проблема формування нової політичної еліти в посткомуністичних державах. К. : ЦВП, 2018.
4. Закон України «Про авторське право і суміжні права».
5. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів».
6. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні».
7. Закон України «Про інформаційні агентства».
8. Закон України «Про інформацію».
9. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації».
10. Закон України «Про рекламу».
11. Закон України «Про телебачення і радіомовлення».
12. Законодавство та практика ЗШ. К. : ЦВП, 2018.
13. Засоби масової інформації і становлення національної армії України: 36. наук, праць. К. : ЦВП, 2021.
14. Засоби масової інформації як форма бізнесу. К. : РВЦ «Київ, ун-т», 2022.
15. Здоровега В.Й. Українська періодика у сучасному національному інформаційному просторі // Українська періодика : історія і сучасність. Львів, 2022. С. 11-18.
16. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : навчальний посібник / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2023.
17. Іванов В. Ф. Законодавство і журналістика: становлення правової бази в Україні і світовий досвід, К. : Школяр, 2021.
18. Іванов В. Ф. Теоретико-методологічні основи забезпечення змісту масової комунікації. К., 2021.
19. Іванов В. Ф., Мелешенко О.К. Журналіст за комп'ютером. К. : ЦВП, 2021.
20. Іванов В. Ф., Мелешенко О.К. Комп'ютерні технології в засобах масової комунікації: сьогоднішнє і майбутнє : Навч. посібник. К. : РВЦ «Київ. ун-т», 2021.
21. Іванов В.Ф. Законодавче забезпечення механізму доступу до інформації (зарубіжний досвід). К. : Довіра, 2021.
22. Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика. К., 2021.
23. Іванов В.Ф., Іванова Т.В. Контроль за діяльністю засобів масової комунікації: ознака авторитаризму чи необхідність // Вісн. Київ. ун-ту. Сер. : Журналістика. 2021. Вип. 3. С. 56-67.
24. Іванов В.Ф., Мелешенко О.К., Різун В.В. Основи комп'ютерної журналістики. Навч. посібник. К. : ІСДО, 2021.

Інформаційні ресурси в інтернет

Детектор медіа <https://detector.media/>

MediaLab <https://medialab.online/>

Mediasapiens <https://ms.detector.media/>

Онлайн-курс з громадянської журналістики <https://school-cj.org/courses/journalism/lesson-2>

Сайт Національної спілки журналістів України <http://nsju.org/>

Медіадрайвер <http://mediadrivervirki-fejkiv/>

Розробник програми

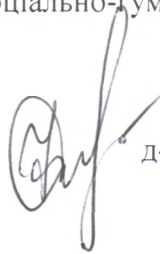
О. В. Гінкевич

**Результати перегляду робочої програми навчальної дисципліни
«Вступ до спеціальності»**

1. Внесено зміни до списку рекомендованих джерел інформації. Зокрема оновлено список основної та допоміжної літератури, списку інформаційних ресурсів в інтернет.

Зміни до робочої програми навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» розглянуто на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Протокол №10 від 01.07.2022 р.

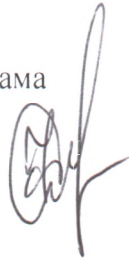
Завідувач кафедри



д-р філол. н., проф. Філатова О.С.

Зміни до робочої програми навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»



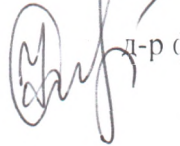
д-р філол. н., проф. Філатова О.С.

**Результати перегляду робочої програми навчальної дисципліни
«Вступ до спеціальності»**

1. Внесено зміни до п.6 «Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування».

Зміни до робочої програми навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» розглянуто на засіданні кафедри журналістики, реклами та PR-технологій
Протокол №1 від 30.08.2023 р.

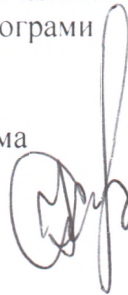
Завідувач кафедри



д-р філол. н., проф. Філатова О.С.

Зміни до робочої програми навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»



д-р філол. н., проф. Філатова О.С.