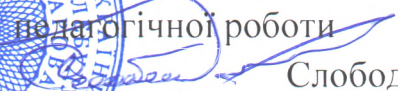


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра журналістики, реклами та PR-технологій



ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з науково-
педагогічної роботи

 Слободян С. О.

РОБОЧА ПРОГРАМА ОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Program of the Discipline
ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА
Internship

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

Миколаїв – 2024 р.

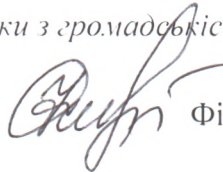
Робоча програма навчальної дисципліни «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю.
«16» січня 2024 року. с.

Розробник: Климченко Н. Г., ст. викладач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА» узгоджено з гарантом освітньої програми (гарантами освітніх програм)

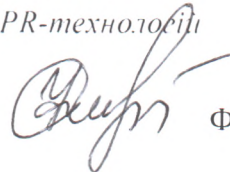
Гарант освітньої програми «Журналістика (Реклама і зв'язки з громадськістю)»

Доктор філологічних наук,
професор

 Філатова О. С.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА» розглянуто на засіданні кафедри журналістики, реклами та PR-технологій
Протокол № 6 від «31» січня 2024 р.

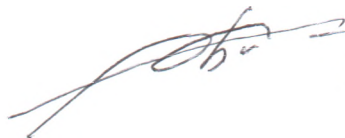
Завідувач кафедри

 Філатова О. С.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА» розглянуто Науково-методичною комісією Навчально-наукового гуманітарного інституту

Протокол № 7 від «15» лютого 2024 р.

Голова

 Бобіна О. В.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА» погоджено з навчальним відділом

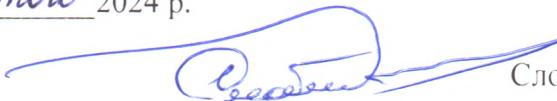
Начальник відділу

 Лабарткава А. В.

Робоча програма навчальної дисципліни «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА» затверджено Навчально-методичною радою НУК

Протокол № 1 від «21» лютого 2024 р.

Голова НМР НУК

 Слободян С. О.

© НУК, 2024

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Мета та завдання практики	5
2. Індивідуальні завдання	8
3. Методичні рекомендації	10
4. Форми і методи контролю	12
5. Вимоги до звіту про практику	13
6. Критерії оцінювання	14
7. Підбиття підсумків практики	16
8. Рекомендовані джерела інформації	17

ВСТУП

Переддипломна практика є обов'язковим етапом практичного навчання студентів спеціальності 061 «Журналістика» (ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю»). Вона проводиться на оснащених відповідним чином базах: у видавництвах та редакціях друкованих та електронних ЗМІ, у відділах зв'язків з громадськістю, у рекламних відділах підприємств та в інших інформаційних службах як державної, так і недержавної форми власності.

Система практичної підготовки студентів забезпечує поступову, цілеспрямовану адаптацію студента в інформаційному середовищі, усвідомлення значущості свого майбутнього фаху, оволодіння методикою видавничої та журналістської діяльності, апробацію організаційно-творчих навичок безпосередньо в редакціях і видавництвах.

У програмі розглядаються загальні питання організації, проведення і підбиття підсумків практики.

Переддипломна практика має обсяг 3 кредити ЄКТС та проводиться впродовж 2-х тижнів в 8-му семестрі в рамках навчального процесу у вільний від аудиторних занять час, згідно з графіком, який затверджено у навчальному відділі університету. Завдання практики спираються на знання, отримані студентами в ході вивчення теоретичних дисциплін.

Переддипломна практика студентів є завершальним етапом навчання, що проводиться на випускному курсі з метою поглиблення, узагальнення й удосконалення набутих ними знань, оволодіння професійним досвідом, компетенціями та їхньої готовності до самостійної трудової діяльності. Під час цієї практики здобувач вищої освіти здійснює збір фактичних матеріалів для виконання дипломного проекту (роботи).

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Метою переддипломної практики є вивчення організаційної структури, засад і принципів діяльності конкретної організації. Завданням практиканта-випускника є остаточне закріплення теоретичних знань, набутих під час навчання в університеті, розширення професійного кругозору й зв'язків, виконання практичних завдань, передбачених програмою практики, відповідно до потреби узагальнити власний та вивчений практикантом досвід роботи інших медійників безпосередньо на підприємстві, а також збирання матеріалів для майбутнього дипломного проєкту.

Метою практики *«ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА»* 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
- ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним
- ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
- ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК07. Здатність працювати в команді
- ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями
- ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою
- ФК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності
- ФК02. Здатність формувати інформаційний контент
- ФК03. Здатність створювати унікальний медіапродукт
- ФК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність
- ФК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт
- ФК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності

- ФК07. Здатність здійснювати планування; координацію робіт із проведення рекламних, PR-кампаній; планування рекламних / PR-заходів; медіапланування
- ФК08. Здатність формувати напрямки комунікації зі створення, зміцнення, репозиціонування, оновлення бренду чи рекламного продукту.
- ФК09. Здатність створювати тексти і документи, розробляти оптимальні за складом та функціональністю мультимедійні компоненти для використання у рекламі та PR.
- ФК10. Здатність визначати потенціал та ефективність діяльності підприємства / установи / організації; управляти зовнішнім та внутрішнім іміджем організації, враховуючи соціологічні, маркетингові дослідження та психологію споживачів.
- ФК11. Здатність застосовувати методи контролю якості виробів (інформаційно-реklamних продуктів) і об'єктів у сфері професійної діяльності, проводити експертизу ефективності рекламно-інформаційних об'єктів.
- ФК12. Здатність впроваджувати результати наукових досліджень і практичних розробок у галузі реклами та зв'язків з громадськістю

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
- ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами

- ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
- ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
- ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань
- ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою 11
- 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
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
- ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
- ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах
- ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

- ПР19. Формувати інформаційний продукт для використання у рекламі та PR
- ПР20. Аналізувати потенціал та ефективність інформаційної діяльності підприємства / установи / організації, враховуючи соціологічні, маркетингові дослідження та психологію споживачів.
- ПР21. Проектувати результати інформаційної діяльності у сфері реклами і зв'язків із громадськістю, формувати висновки про медіаефективність у короткостроковій / довгостроковій перспективі.

2. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Протягом двох тижнів практиканти під керівництвом призначених осіб планують і виконують завдання за профілем практики.

Робота в редакції ЗМК передбачає написання матеріалів різних жанрів, виконання редакційних завдань, участь у підготовці сюжетів (1-2), закріплення навичок розміщення матеріалів в Інтернеті і просування їх у соціальних мережах тощо.

Переддипломна практика передбачає виконання професійних обов'язків на робочому місці журналіста в редакції одного із видів (за вибором студента) ЗМІ: радіо, телебачення, друкованого або інтернет-ЗМІ, прес-служби, інформаційні агентства тощо.

Під час переддипломної практики студенти мають можливість зібрати та опрацювати матеріал для написання дипломної роботи.

Основні завдання переддипломної практики:

- удосконалення професійних умінь і навичок у виробничих умовах на робочому місці журналіста в медіа;

- самостійне виконання професійних доручень;
- розуміння власного місця у структурі редакційного колективу та перспектив професійного росту;
- оприлюднення 3–5 власних матеріалів різних жанрів або форм подання інформації, визначених редакцією;
- збирання матеріалів для написання дипломної роботи.

Робота у рекламних відділах підприємств передбачає участь в організації рекламної діяльності, складання бріфів, розробку рекламних та PR-матеріалів для публікації в ЗМІ. Основні завдання переддипломної практики:

- удосконалення професійних умінь і навичок у виробничих умовах на робочому місці фахівця з реклами та/або PR у рекламному агентстві (на підприємстві, в організації тощо);
- самостійне виконання професійних доручень;
- розуміння власного місця в структурі рекламного агентства (підприємства, організації тощо) та перспектив професійного зростання;
- оприлюднення 3–5 власних матеріалів різних жанрів або форм подання інформації, визначених рекламним агентством (підприємством, організацією тощо);
- збирання матеріалів для написання дипломної роботи.

Усі види робіт відбиваються на сторінках «Щоденника практики».

Перший тиждень практики – ознайомчий, передбачає попереднє планування різних видів робіт, отримання основних завдань, знайомство зі структурними підрозділами бази практики, їх функціонуванням. Наступний тиждень присвячений безпосередньому виконанню отриманих завдань і доручень.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН І ГРАФІК ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Вивчення документації та планування діяльності	
Установча конференція	2
Вивчення документації, пов'язаної із проходженням практики	2
Планування практики, визначення завдань для кожного змістовного компоненту та узгодження із керівником від університету	6
Разом	10
Етап 2. Робота на базі практики	
Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів	5
Ознайомлення із порядком роботи, узгодження завдань із керівником від кафедри й бази практики	5
Планування своєї роботи на базі практики	5
Створення журналістських, рекламних та PR продуктів, участь в івентах, робота над власним звітом	60
Оформлення документації та створення звітної презентації про проходження практики	5
Разом	80
Усього	90

3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

На переддипломній практиці студенти збирають матеріал для кваліфікаційних проєктів, пишуть і практично виконують проєкт, перевіряють на практиці обґрунтування його концепції, актуальності, мети, завдань і структури. Залежно від формулювання теми випускної кваліфікаційного проєкту студенти обирають місце проходження практики. Залежно від місця проходження практики студент виконує індивідуальні завдання за темою кваліфікаційного проєкту.

Якщо таким місцем обрано редакцію ЗМІ, то під час проходження переддипломної практики студент-практикант виконує такі завдання:

- дотримується всіх правил внутрішнього розпорядку, техніки безпеки, законів України в галузі масової інформації;
- бере участь у редакційних нарадах;
- виконує редакційні завдання, відвідує тематичні заходи, брифінги, прес-конференції, засідання круглого столу;
- подає до оприлюднення власні матеріали;
- виявляє творчу ініціативу, пропонує та опрацьовує актуальні теми;
- тісно співпрацює з колективом та керівництвом ЗМІ та керівниками практики;
- вивчає механізми підготовки та випуску газети, радіо та телепередач;
- ознайомлюється з особливостями менеджменту ЗМІ;
- формує власний творчий доробок;
- повністю відповідає за зміст та якість поданих до оприлюднення матеріалів;
- збирає матеріали, необхідні для написання дипломної роботи;
- готує звіт за результатами своєї роботи в медіа.

У разі вибору рекламного агентства (підприємства, організації тощо). Під час проходження переддипломної практики студент-практикант є повноправним членом команди підприємства. Він:

- дотримується всіх правил внутрішнього розпорядку, техніки безпеки, законів України в галузі реклами, PR, масової інформації;
- бере участь у фахових нарадах;
- виконує роботу в галузі реклами та/або PR (участь у рекламних та PR-проектах, виготовлення та розміщення рекламних та PR-матеріалів тощо);
- подає до оприлюднення власні рекламні та/або PR-матеріали;
- виявляє творчу ініціативу, пропонує та опрацьовує актуальні теми;
- тісно співпрацює з колективом та керівництвом рекламного агентства (підприємства, організації тощо) та керівниками практики;
- вивчає механізми підготовки та оприлюднення різних видів сучасної реклами та/або PR;
- знайомиться з особливостями менеджменту рекламного агентства (підприємства, організації тощо);
- формує власний творчий доробок;
- повністю відповідає за зміст та якість поданих до оприлюднення матеріалів;
- збирає матеріали, необхідні для написання дипломної роботи;
- готує звіт за результатами своєї роботи в рекламному агентстві (підприємстві, організації тощо).

Переддипломна практика передбачає активну участь бакалавра в роботі медіаорганізації.

Під час практики перед студентами постають такі завдання:

- Визначити та проаналізувати конкурентів підприємства-бази проходження практики.

- Зібрати необхідний матеріал для написання й практичного виконання кваліфікаційного проєкту.

- Перевірити на практиці обґрунтування проєкту, визначення його концепції, актуальності, мети, завдань і структури.

- Отримати консультативну допомогу з боку висококваліфікованих працівників на базі практики щодо виконання кваліфікаційного проєкту.

Під час переддипломної практики студенти отримують консультативну допомогу з боку керівників практики від кафедри, керівників випускних кваліфікаційних проєктів та керівників баз практики.

4. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

У процесі проходження практики здійснюється контроль, який має на меті надати студентам необхідну допомогу у виконанні завдань практики. Контроль з боку вищого навчального закладу може здійснюватися: завідувачем випускової кафедри; керівниками практики.

Контроль практики передбачає перевірку стану відвідування студентами закладу і дотримання режиму роботи установи, в якій вони її проходять, ведення щоденника, в якому занотовуються мета практичних завдань, умови та хід їх виконання. Після виконання завдань практики студенти складають розгорнутий звіт про особливості її проходження (див. Приклади оформлення звітної документації). Фахівець, за роботою якого спостерігає практикант, ставить підпис у щоденнику студента (див. Приклади оформлення звітної документації) і тим засвідчує, що студент дійсно виконував заплановані види робіт. Підставою для зарахування практики є повне виконання програмних завдань і характеристика (див. Приклади оформлення звітної документації) з місця проходження практики.

5. ВИМОГИ ДО ЗВІТУ ПРО ПРАКТИКУ

У встановлений термін, не пізніше 14 днів після закінчення практики, матеріали практики узагальнюються і формуються в спеціальну папку, яка представляється на кафедру.

За результатами практики студенти представляють наступні звітні документи:

- 1) щоденник практики
- 2) письмовий звіт студента про практику (із додатками – самостійно підготовленими текстовими, фото-, відеоматеріалами);
- 3) характеристику студента-практиканта, завірену керівником практики від підприємства.

1. Щоденник практики є обов'язковим звітним документом. Це важливий документ, який свідчить про рівень організації праці студента й певною мірою розкриває творчу лабораторію майбутнього журналіста, його нахили, наміри, успіхи й невдачі. Але для цього потрібно вести щоденник систематично й правдиво. Структура оформлення і записів в ньому наступна: титульний лист, що містить відомості про студента, назву практики, відомості про місце практики з наведенням прізвища, імені, по батькові і посади керівника практики; терміни проходження практики (дати початку і закінчення роботи); щоденні записи, включаючи дату, зміст і об'єм роботи. .

2. Звіт про практику. Цей документ завіряє керівник редакції. У звіті необхідно проаналізувати її проходження, узагальнити позитивне в роботі редакції (агенції, відділу), висловити зауваження, а також розповісти про набутий досвід. Доцільно у звіті вказати матеріали, підготовлені до друку, але з тих чи тих причин неопубліковані й обов'язково долучити їх до матеріалів практики. Усі авторські матеріали, опубліковані в газеті, передані

по радіо чи телебаченню, в Інтернет-блогів, інформагентствах, відділах реклами тощо, повинні бути завірені керівником практики за місцем її проходження і подані в додатках.

3. Характеристика студента-практиканта. Цей документ з місця проходження практики завіряє керівник редакції (телеорганізації, газети, підприємства тощо). Характеристика повинна бути об'єктивною, без перебільшень успіхів практиканта й намагань показати його в найвигіднішому світлі. Замовчування невдач і недоліків тільки шкодять студентів, принижують авторитет керівника, який підписує характеристику.

Характеристика завіряється підписом з вказівкою прізвища і посади керівника практики, а також печаткою установи.

Студенти, які проходили практику на радіо, повинні подати матеріал у цифровому вигляді із записом запланованих програмою матеріалів.

Студенти, які проходили практику на телебаченні, додають до звіту матеріал у цифровому вигляді із записом матеріалів, підготовлених під час практики.

Студенти, які практику в редакціях газет, журналів або в редакціях інформаційних агентств чи в редакціях Інтернет-видань або на підприємствах у відділах зв'язків із громадськістю, додають до звіту з практики підготовлені до друку друковані матеріали, фотографії чи будь-які зображальні матеріали (рисунок, малюнок, інфографіку, презентації тощо), що підготовлені під час практики.

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка «відмінно» (90-100 балів) ставиться у випадку, якщо матеріали практики відповідають усім формальним та змістовним вимогам до їх написання, зокрема:

– матеріали практики подані у встановлений термін;

- звітна документація представлена у повному обсязі;
- матеріали практики є оригінальним авторським доробком студента.

Оцінка «добре» (82-89 балів) ставиться у випадку, якщо матеріали практики відповідають усім формальним та змістовним вимогам до їх написання, зокрема:

- матеріали практики подані у встановлений термін, у повному обсязі;
- матеріали практики є оригінальним авторським доробком студента, а не ксерокопією чи дублюванням роботи іншого студента, але наявні незначні помилки та недоліки.

Оцінка «добре» (74-81 бал) ставиться у випадку, коли наявні такі самі документи, як на попередньому рівні, але в них більше неточностей і недоліків

Оцінка «задовільно» (61-73 бали) ставиться у випадку, якщо матеріали практики відповідають встановленим формальним та змістовним вимогам до їх написання, зокрема:

- матеріали практики представлені в неповному обсязі, наявні помилки, які студент за допомогою керівника практики спроможний виявити, але не завжди може виправити;
- студент не дотримувався всіх вимог до оформлення матеріалів практики;

Оцінка «задовільно» (60-63 бали) - ставиться у випадку невчасного представлення документів практики, або якщо у матеріалах наявні грубі логічні помилки, плагіат, або оформлення матеріалів не відповідає вимогам.

Оцінка «незадовільно» (0-59 балів) ставиться у тих випадках, якщо:

- матеріали практики не подані або подані частково;
- матеріали практики є дублюванням або ксерокопією матеріалів іншого студента.

7. ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання програми практики. Формою звітності здобувач вищої освіти за практику є письмовий звіт. Письмовий звіт разом з іншими документами, установленими університетом, подається на рецензування керівнику практики від кафедри.

Звіт має містити відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми практики, висновки та пропозиції тощо. Оформлення звіту має відповідати вимогам програми практики.

Звіт захищається здобувачем вищої освіти у комісії, призначеній завідувачем кафедри. До складу комісії входять викладачі та (за можливості) керівник від бази практики.

Порядок захисту і підведення підсумків практики

Після закінчення практики проводиться підсумкова конференція, в ході якої заслуховують звіти студентів про хід практики, обговорюються зауваження і пропозиції, аналізується представлена документація та узагальнюються підсумки практики, характеризується й оцінюється діяльність практикантів. Найцікавіші матеріали за підсумками практики можуть використовуватися у навчальній роботі кафедри.

Захист практики проводиться перед спеціальною комісією, головою якої є завідувач кафедри. До складу комісії входять керівники практики від університету і бази практики, провідні викладачі кафедри, журналісти з досвідом роботи.

До захисту практики допускаються лише ті студенти, які своєчасно і в повному обсязі виконали програму практики і надали на кафедру у встановлені терміни всю звітну документацію.

Захист практики включає усний публічний звіт студента-практиканта, на що йому відводяться 7–8 хвилин, відповіді на питання членів комісії. Усний звіт студента включає: опис виконаної роботи, презентацію власного

творчого доробку; висновки та пропозиції щодо вдосконалення програми практики.

Аналіз результатів практики проводиться за наступними критеріями:

- 1) обсяг виконаної роботи;
- 2) якість аналітичного звіту, висновків і пропозицій;
- 3) виконання роботи у встановлені терміни;
- 4) самостійність, ініціатива практиканта, його творчий підхід до роботи;
- 5) своєчасність і якість представлення звітній документації.

Оцінка результатів практики витікає з особливостей діяльності студентів і виявляє характер їх відношення до майбутньої професійної діяльності.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Больц Н. Абетка медіа / за загал. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
2. Дубова С. В. Комунікативні стратегії установи: методичні рекомендації до вивчення дисципліни. К.: Центр учбової літератури, 2017. 55 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : монографії / В. В. Різун, В. Е. Шевченко, Л. П. Федорчук ; за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: ВПЦ "Київський університет", 2018. 319 с.
4. Прімбс, Штефан. Соціальні медіа для журналістів. редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / Штефан Прімбс ; редактор В. Ф. Іванов ; перекладач В. Климченко. К: Академія вільної преси, 2018. 198 с.
5. Холод, О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. К.: Центр учбової літератури, 2018. 211 с.
http://elib.kubg.edu.ua/4559/1/Holod_O_M_Komunik_tehnologii_c_213.pdf
6. Шевченко В.Е. Мультимедійні історії: навч. посібник. Київ: Інститут журналістики, 2020. 74 с. Режим доступу: <https://cutt.ly/fRluOoN>
7. Шмідт, Ерік. Google. Як працює Google / Е. Шмідт, Дж. Розенберг, за участі А. Ігла ; з передмовою Л. Пейджа. К.: КМ-БУКС, 2018. 304 с.