**КАФЕДРА ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**ТЕМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ**

**1 курс**

**Медіаекономіка**

проф. Присяжний М. П. / викл. Війтович Т. Я.

**Тема 1. Медіа як товар на ринку**

**Тема 2. Структура і складові медіабізнесу**

**Література:**

1. Хаб’юк О. Концептуальні основи медіа-економіки : Монографія / Олексій Хаб’юк. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012 – 180с.
2. Лазарєва, С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу. Навчальний посібник. — Київ: КНЕУ, 2002. — 667с.

*Key web-based and electronic resources:*

Барзилович О.М., Григорова А З.В. Основи медіа менеджменту / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 2,2 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 296 с. <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22199/1/mm_2018_02.pdf>; https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22199

**1 курс**

**Організація роботи в ЗМІ (преса)**

проф. Присяжний М. П. / доц. Лозинський М. В.

**Тема 1.** **Редакційний менеджмент**

1 пит. Сутність редакційного менеджменту: принципи, функції, завдання;

2 пит. Економічні принципи редакційної діяльності;

3 пит. Вимоги до менеджера;

4 пит. Рівні менеджменту в редакції.

**Тема 2.** **Композиційно-графічна модель газети**

1 пит. Структура змісту та оформлення;

2 пит. Рівні моделювання;

3 пит. Особливості моделі газети;

4 пит. Планування роботи редакції;

5 пит. Форми подання матеріалів у номери.

**Література:**

1.Присяжний М. П. Організація роботи редакції газети і праці журналіста : навч. посібник / Михайло Присяжний, Мар’ян Лозинський // Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – С. 44-74.

2. Гуревич С. М. Номер газеты / Семен Гуревич // М. : Аспект Пресс, 2002. –

191 с.

3. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе: Учебное пособие / Александр Грабельников // М. : Изд. РИП-холдинг, 2001. – С. 151-161.

**1 курс**

**Організація роботи в ЗМІ (телебачення)**

доц. Дмитровський З. Є.

**Тема 1. Діяльність телекомпаній в умовах ринкової економіки**

**Тема 2. Роль журналіста в організації телевиробництва**

**Література:**

1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технологія виробництва ефірних новин. – К., 2007.
2. Бугрим В. В. Журналіст на телеекрані. – К., 2000
3. Бугрим В. В. Мащенко І. Г. Телебачення прямого ефіру. – К. 1991
4. Дмитровський З.Є. Телебачення в термінах і виразах. – Львів, 2014.
5. Інтерньюз-Україна. Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі – К, 1998.

**1 курс**

**Теорія і методика журналістської творчості**

доц. Лубкович І. М.

**Тема 1. Новина**

#### Тема 2. Інформаційне повідомлення

**Тема 3. Звіт**

**Література:**

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / Володимир Здоровега. – 3-тє вид. – Львів: ПАіС, 2008. – 276с.

2. Лубкович І. М. Інформаційна журналістика: методи збору інформації, відображення дійсності та жанри: навчальний посібник / Ігор Лубкович. – Львів: ПАіС, 2017. – 101с.

**3 курс**

**Етично-правові норми журналістики**

проф. Присяжний М. П. / викл. Войтович Н. О.

**Тема лекції №4. Стандарти Європейського суду з прав людини**

1. Справа «Лінгенс проти Австрії».
2. Справи «Обершлік проти Австрії».
3. Справа Дічант та інші проти Австрії.
4. Справа «Санді Таймс» проти Великобританії.
5. Справа Касселс проти Іспанії.
6. Справа Тома проти Люксембургу.

**Література:**

1. РІШЕННЯ ЩОДО УКРАЇНИ, ВИНЕСЕНІ ЄВРОПЕЙСЬКИМ СУДОМ З ПРАВ ЛЮДИНИ http://www.minjust.gov.ua/0/164
2. ЗАХИСТ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СУДІ З ПРАВ ЛЮДИНИ http://www.minjust.gov.ua/0/9329
3. Рішення Європейського суду з прав людини http://medialaw.kiev.ua/laws/laws\_europe/
4. Загальний огляд ситуації з правами людини в Україні http://umdpl.info/index.php?id=1260391650
5. Рішення Європейського суду з прав людини http://helsinki.org.ua/index.php?r=a1b8

**Тема лекції №5. Правила проведення фото-, кіно-, теле- та відеозйомок**

1. Врегулювання питання проведення зйомок та поширення зображень особи у Цивільному кодексі України.
2. Форми погодження особи на зйомку.
3. Презумпція згоди особи на фотографування та інші форми зйомок.
4. Прихована зйомка.

**Література:**

1. Рішення Європейського суду з прав людини у справі „Принцеса Ганноверська проти Німеччини” http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/980\_324
2. РЕКОМЕНДАЦІЇ щодо проведення фото- та відео зйомки в судовому засіданні
3. https://sites.google.com/site/mediaprofspilka/hot-news-1/rekomendaciiesodoprovedennafoto-tavideozjomkivsudovomuzasidanni
4. Наказ Про затвердження Порядку проведення фотозйомок та аудіо-, відеозапису роботи митних органів http://zakon.nau.ua/doc/?code=z0477-00
5. Європейський суд дозволив ЗМІ оприлюднювати про VIPів важливе
6. http://www.pravda.com.ua/news/2012/02/8/6958322/
7. Здійснення авторського права на цифрові фотографічні твори
8. http://advocat-cons.info/index.php?newsid=5410

**Тема практичного заняття №3. Порушення правових норм у рекламі**

1. Загальні вимоги до реклами.
2. Принципи реклами.
3. Ідентифікація реклами.
4. Недобросовісна реклама.
5. Порівняльна реклама.
6. Реклама і діти.

**Література:**

1. Закон України „Про рекламу” № 270/96-ВР від 3 липня 1996 року<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=74%2F95-%E2%F0>

**Тема практичного заняття №4. Етичний кодекс українського журналіста. Позитивні та негативні аспекти**

1. Основні засади етичного кодексу українського журналіста.
2. Поширення інформації через ЗМІ.
3. Правове поле діяльності журналіста.
4. Плагіат в журналістиці.
5. Український та іноземні етичні кодекси журналіста

**Література:**

1. Етичний кодекс українського журналіста // доступно з<http://www.cje.org.ua/codecs/1/>
2. Корню Д. Етика засобів масової інформації / Даніель Корню . – К., В-во К. І. С. – 2004. – 130 с.
3. Федорова А. Основніпринциписвободи слова та преси у світліЄвропейськоїконвенції з прав людини / Алла Федорова // доступно з <http://www.viche.info/journal/3152/>
4. Компанія «Нью-Йорк Таймс». Питання етики в журналістиці [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/NewYork_Times.pdf>
5. Посібник з журналістської етики NPR [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/Jurn_Etuka.pdf>
6. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf>

**3 курс**

**Журналістська етика**

доц. Дмитровський З. Є. / викл. Войтович Н. О.

**Тема лекції №4. Порушення етичних норм журналістики в «бульварній пресі»**

1. Етика висвітлення слизьких тем: приватна інформація.
2. Втручання в приватне життя.
3. Примітивізація чи розвиток: суперечки навколо «бульварності».
4. «Жовта преса»
5. Конфлікт інтересів.
6. Секс скандали.
7. Гендерний аспект в журналістиці.

**Література:**

1. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с.
2. Журналістська етика: посібник для підготовки до державного іспиту [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://eprints.oa.edu.ua/3383/1/Shturkhetskyy_150123.pdf>
3. Кібл Р. Журналістська етика / Ричард Кібл. – К., 2007. – 192 с.
4. Компанія «Нью-Йорк Таймс». Питання етики в журналістиці [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/NewYork_Times.pdf>
5. Посібник з журналістської етики NPR [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/Jurn_Etuka.pdf>
6. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf>

**Тема лекції №5. Журналістика в екстремальних ситуаціях**

1. Висвітлення катастроф і стихійних лих.
2. Висвітлення актів громадянської непокори.
3. Висвітлення етнічних конфліктів.
4. Висвітлення терористичних актів.
5. Висвітлення воєнних дій.
6. Інформація про злочин та нещасні випадки.

**Література:**

1. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с.
2. Журналістська етика: посібник для підготовки до державного іспиту [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://eprints.oa.edu.ua/3383/1/Shturkhetskyy_150123.pdf>
3. Компанія «Нью-Йорк Таймс». Питання етики в журналістиці [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/NewYork_Times.pdf>
4. Посібник з журналістської етики NPR [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/Jurn_Etuka.pdf>

**Тема практичного заняття № 4. Етика полеміки і критики в ЗМІ. Сучасні ток-шоу**

1. Поняття полеміки та її види.
2. Фальшування в полеміці.
3. Етика сучасних розважальних та суспільно-тематичних ток-шоу.

**Література:**

1. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с.
2. Кузнецова О.Д. Професійна етика журналіста: посібник / О.Д.Кузнецова. **−**Львів: ПАЇС, 2007 − 246 с.
3. Посібник з журналістської етики NPR [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/Jurn_Etuka.pdf>
4. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf>

**3 курс**

**Д/с Організація роботи прес-служби**

проф. Крупський І. В. / викл. Войтович Н. О.

**Тема лекції №4. Прес-служба політичної партії**

1. Специфіка роботи прес-служби політичної партії.

2. Цілі, завдання, інструменти діяльності прес-служб політичної партії.

3. Творення обличчя політичної партії.

4. Прес-служба політичної організації і вибори.

5. Українське законодавство і вибори.

**Тема практичного заняття № 3. Створення інформаційного приводу у соціальній та політичній організації**

1. Особливості створення інформаційного приводу в соціальних організаціях.
2. Особливості створення інформаційного приводу в політичних організаціях.
3. Інформаційна зацікавленість працівників ЗМІ в інформаційному приводі.

**Тема практичного заняття № 4. Застосування прес-релізів у роботі з мас-медіа**

1. Особливості викладу суті події у прес-релізі.
2. Значення ліду у прес-релізі.
3. Перевірка «інформаційної якості» прес-релізу.
4. Обсяг прес-релізу.

**Література:**

1. Куліш А. Практика PRпо-українськи. Щоденні поради PR початківцям / А Куліш. – К., В-во АДЕФ-Україна – 2005. – 340 с.
2. Матеріали семінару курсу «PR та медіа-рілейшнз для бюджетних установ: ексклюзивні методики та практика щоденної діяльності». Київська школа PR-технологій, квітень-травень 2007 р.
3. Папкова Н., Кузьміна В. [ПР-підрозділ в державній структурі](http://pr-life.ru/?part=University&universityid=143). - <http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/GovPR.shtml>

**3 курс**

**Д/с Медіаграмотність**

проф. Крупський І. В. / викл. Войтович Н. О.

**Тема 4. Мій медіапростір**

1. Що таке медіа
2. Шість типів контенту
3. Факт та судженні
4. Сучасні медіазвички молоді

**Тема 5. Соціальні медіа та поширення фейків**

1. Соціальні медіа як джерело новин
2. Що таке фейк
3. Різновиди файків
4. Поширення фейків у соціальних мережах

**Тема 6. Традиційні медіа та їх власники**

1. Типи традиційних медіа
2. Власники медіа
3. Взаємозв’язок політики медіа та його власника
4. Стратегія володіння медіаресурсом

**Література:**

1. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник — ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. — К.: Центр вільної преси, 2012. — 352

**3 курс**

**ДВВ Критичне мислення**

проф. Присяжний М. П. / викл. Войтович Н. О.

**Тема 4. Шість капелюхів та Стільці Діснея**

1. Аналіз текстів
2. Застосування методі 6 капелюхів
3. Застосування методу Стільців Діснея

**Тема 5. Секрет Джовані**

1. Декодування інформації
2. Причинно-наслідковий зв’язок
3. Аналіз

**Тема 6. Інформаційна бульбашка**

1. Інформаційна бульбашка
2. Алгоритм персоналізації та інформаційна бульбашка
3. Підтверджувальне упередження та упереджене судження

**Література:**

1. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник — ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. — К.: Центр вільної преси, 2012. — 352
2. Терно С. О. Критичне мислення — сучасний вимір суспільствознавчої освіти / С. О. Терно. — Запоріжжя: Просвіта, 2009. — 268 с.
3. Терно С. О. Світ критичного мислення: образ та мімікрія / С. Терно // Історія в сучасній школі. — 2012. — № 7-8. — С. 27-39

**4 курс**

**Д/с Бренд-менеджмент у ЗМІ**

проф. Крупський І. В. / викл. Війтович Т. Я.

**Тема 1. Показники успішності брендів ЗМІ**

**Тема 2. Операції з брендами. Посилення та оздоровлення брендів ЗМІ**

**Тема 3. Побудова бренду ЗМІ**

**Література:**

# 1. Траут Дж., РайсЕ. Позиционирование. Битва за узнаваемость / Джек Траут, Ел Райс - СПб.: Питер, 2001. – 256 с.

# 2. Zarzadzaniesilnamarka / RedakcjanaukowaMarzanna K. Witek-Hajduk, WydawnictwoOficyna a Wolters Kluwer business – 444 c.

3. Аакер Д. Создание сильных брендов / Девид А. Аакер – М.: Издательский дом Гребенщикова, 2003. – 140 с.

# 4. Перция В. Мамлеева Л. Анатомия бренда / Валентин Перция, Лилия Мамлеева – СПб.: Вершина, 2007. — 222 с.

# 5. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент: навч. посібник / Олена Шевченко – К.: КНЕУ, 2010. — 400 с.

*Key web-based and electronic resources:*

Барзилович О.М., Григорова А З.В. Основи медіа менеджменту / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 2,2 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 296 с. <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22199/1/mm_2018_02.pdf>; https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22199

**4 курс**

**ДВВ Менеджмент у видавничій справі**

доц. Скленар І. М.

**Тема 2. Система методів менеджменту у редакціях ЗМІ та видавничих організаціях**

1. Поняття методу і сукупності методів.

2. Економічні методи менеджменту, придатні до використання у редакціях і видавничих організаціях.

3. Адміністративні методи менеджменту, придатні до використання у редакціях і видавничих організаціях.

**Література:**

1. Гутиря І. І. Економіка засобів масової комунікації: Навч. посібник. / За ред. Різуна В. В. – К.: Інститут журналістики, 2002. – С. 62-100

2. Тимошик М. Видавничий бізнес. – К., 2005. – С.150-184

**Тема 3. Структура видавничої організації та її взаємозв’язок із підготовкою до друку періодичними виданнями**

1.Типи сучасних українських видавництв

2. Структура видавництва із відділом періодичних видань.

3. Організація роботи відділів видавництва для підготовки газетно-журнальних видань.

4. Управлінські рішення щодо ефективності співпраці керівників відділів.

**Література:**

1.Копистинська І. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти: дисер. на здобуття ст. канд. філол. наук. – К., 2004. – С.52-150.

2. Сучасний медіа-менеджмент: Шляхи роздержавлення української преси / За ред. Н. Ланге і В. Іванова. – К.: АУП, 2007. – С.50-55

**Тема 4.** **Управлінські рішення у медійній та видавничій сферах в контексті законодавства України**

1. Захист національного книговидавця в період незалежності України.

2. Законодавчі акти України про видавничу галузь: основні акценти.

3. Аналіз Закону України «Про видавничу справу» та положення, придатні до питань менеджменту.

**Література:**

 1.Закон  України «Про видавничу справу» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 32, с. 206.

2.Сучасний медіа-менеджмент: Шляхи роздержавлення української преси / За ред. Н. Ланге і В. Іванова. – К.: АУП, 2007. – С. 50-55.

**4 курс**

**Теорія і практика реклами**

доц. Васьківський Ю. П.

**Тема 1.** **Класифікація рекламних засобів**

1 пит. Критерії вибору оптимального засобу розповсюдження. Реклама в пресі. Рейтинг, наклад, обсяг реалізації. Друкована (поліграфічна) реклама. Екранна реклама. Відео- і кіноролики. Мультиплікаційні, анімаційні і три Д-рекламні ролики. Види сюжетів. Час трансляції. Бліц-ролик і розгорнутий ролик.

2 пит. Реклама на телебаченні. Розкадровка, спеціальні ефекти. Види класифікація. Переваги і недоліки реклами на радіо. Реклама в комп’ютерних мережах. Основні носії інтернет-реклами. Web сайти.

3 пит. Електронна пошта. Списки розсилки.

4 пит. Інші види реклами.

**Тема 2. Творчий підхід до складання рекламних текстів**

1 пит. Процес інформаційного і емоційного наповнення рекламної комунікації. Види креативу за критерієм необхідності ілюстрування – дизайнерський, попірайтерський, змішаний. Основні етапи творчого рекламного процесу: орієнтація, підготовка, аналіз, формування ідеї, інкубація, синтез, оцінка. Наукові креативні технології в рекламі.

2 пит. Рекламні моделі впливу на свідомість людини. АІDА, АІDMА, АССА, DІВАВА, DAGMAR, схвалення форма рекламного звернення.

**Тема 3. Відділ реклами**

1 пит. Завдання рекламного відділу компанії і ЗМІ. Менеджер з реклами, менеджер, що працює з клієнтами, менеджер з розміщення реклами. Її завдання, відмінності і взаємодія.

2 пит. Основні та допоміжні засоби реклами.

3 пит. Вибір агентства. Контроль за його діяльністю з боку менеджера з реклами. Оцінка результатів діяльності рекламної кампанії.

4 пит. Необхідні навики менеджерові з реклами.

**Література:**

1. Закон України “Про рекламу” від 03.07.96 № 270/96-ВР // www. rada.gov.ua

2. Агєєв Є. Я., Чепінога В. І. Зовнішньоекономічна діяльність: осно- ви, маркетинг, менеджмент, облік, ефективність: Навч. посіб. — Харків: Студцентр, 2006. — 480 с.

3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб. — К.: Знання, 2001. — 456 с.

4. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність. — К.: МАУП, 2002. — 240 с.

5. Сычев С. В. Открытые методики рекламы и PR: Рекламное изме- рение: Креативные технологии. — М., 2004. — 319 с.

**4 курс**

**Д/с Політичний імідж в структурі комунікаційного простору**

проф. Присяжний М. П. / викл. Войтович Н. О.

**Тема практичного заняття № 3. Політик як символ**

1. Спортсмен, активіст, сім’янин, хороший хлопець – політичний лідер на фоні не політики.

2. Зовнішність політика: плюси та мінуси на телебаченні.

3. Найважливіші риси іміджу.

4. Створення паспорта іміджу.

5. Аналіз інформаційного образу кандидата.

**Тема лекції №4. Передвиборчі кампанії.**

1. Символ та політичний імідж.

2. Символізація політики.

3. Форми викривлення інформації

4. Тактика чорного піару.

5. Створення стратегічного плану передвиборчої кампанії.

6. Основні методи та принципи впливу на електорат.

7. Творення обличчя політичної партії.

8. Прес-служба політичної організації і вибори.

9. Українське законодавство і вибори.

**Тема практичного заняття № 4. Застосування чорного піару в передвиборчій кампанії**

1. Форми викривлення інформації.

2. Основні символи, які застосовуються у політичному іміджі.

3. Аналіз тактики чорного піару.

4. Створення стратегічного плану уявної передвиборчої кампанії.

5. Оетапи створення позитивного образу політичної партії/політичного лідера.

6. Вплив українського законодавства на процеси створення передвиборних кампаній.

7. Основні принципи та методи впливу на виборців.

**Література:**

* Матвеев С. Політична психологія. – К., 2003. – 216 с.
* Мокрий В. Духовні джерела помаранчевої революції 2004 року в Україні. – Краків, 2006. – 198 с.
* Почепцов Г. Імідж лідера// Нова політика. — 1998. — №4. — С. 18-23
* Почепцов Г. Побудова іміжду як комунікативне програмування// Нова політика. — 1998. — № 4 — С. 18-23
* Почепцов Г. Побудова іміжду як комунікативне програмування// Нова політика. — 1998. — № 5 — С. 40-47
* Почепцов Г. Професияимиджмейкер. — К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1999. — 256 с.
* Смирнова Т. Моделювання рекламного іміджу. – К., 2005. – 168 с.

**5 курс (магістри)**

**Документознавство і архівознавство**

проф. Крупський І. В.

**Тема 1. Основні види документів**

1 пит. Патентний документ;

2 пит. Управлінський документ;

3 пит. Нормативний документ;

4 пит. Кінофотофонодокумент;

5 пит. Музичний документ.

**Тема 2. Архівознавство як наукова і навчальна дисципліна**

1 пит. Чинники, що сприяли становленню архівознавчої науки;

2 пит. Видатні теоретики-архівісти: вклад у розвиток архівознавчої науки;

3 пит. Зародження архівознавчої освіти;

4 пит. Сучасна архівознавча освіта, спеціалізовані навчальні заклади за кордоном.

**Тема 3. Система архівних установ в Україні**

1 пит. Поняття “система архівних установ” і “мережа архівних установ”;

2 пит. Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері архівної справи і діловодства;

3 пит.Інформаційна інфраструктура суспільства і ретроспективні документальні ресурси;

4 пит. Генеалогічні запити в архівах і методика проведення генеалогічних досліджень державними архівами.

**Література:**

1. Кушнаренко Н. Н. Документоведение: Учебник. – 4-е изд., испр. – К.: О-во “Знання”, КОО, 2003. – 460 с.

2. Кулешов С.Г. Документознавство: Історія. Теоретичні основи. – К., 2000. – 162 с.

3. Палеха Ю. І., Леміш Н. О. Загальне документознавство: навчальний посібник. – К.: Ліра-К, 2009. – 387 с.

4. Палеха Ю. І. Кадрове діловодство: навч. посібник. – К.: Ліра-К, 2009. – 476 с.

5. Швецова-Водка Г. Документознавство. Навчальний посібник / Рекомендований МОН України/ К., Знання 2007. − 398 с.

**5 курс (магістри)**

**Проблеми вищої освіти**

проф. Присяжний М. П. / викл. Войтович Н. О.

**Тема 3. Компетентна підготовка викладачів вищої школи.**

1. Основні складові матриці кваліфікації викладача.
2. Професійне самовдосконалення викладача вищої школи.
3. Основні моделі поведінки викладачів вищої школи.
4. Основні функції викладача вищої школи.
5. Стиль поведінки викладача вищої школи.

**Тема 4. Проблеми та сучасний стан розвитку вищої освіти в Україні.**

1. Історія становлення вищої освіти в Україні.
2. Сучасний стан вищої школи в Україні.
3. Основні проблеми вищої освіти в Україні та шляхи їх вирішення.
4. Тенденції розвитку української вищої школи.

**Тема 5. Впровадження Болонського процесу у вищу освіту України.**

1. Впровадження Болонського процесу в систему вищої освіти України як крок до євроінтеграції.
2. Історичні віхи розвитку Болонського процесу.
3. Законодавчі документи Болонського процесу.
4. Цілі та завдання Болонського процесу.

**Література:**

1. Болонський процес у фактах і документах/ Упорядники Степко М.Ф., Болюбаш Я.Я., Шинкарук В.Д., Грубінко В.В., Бабин І.І.. Київ – Тернопіль: Вид-во ТДПУ ім.В.Гнатюка, 2003. – 52 с.

2. Болонський процес: перспективи і розвиток у контексті інтеграції України в європейський простір вищої освіти. – К., 2004

3. Вища освіта України і Болонський процес: Навчальний посібник / За редакцією В.Г Кременя. Авторський колектив: М.Ф. Степко, Я.Я. Болюбаш, В.Д. Шинкарук, В.В. Грубінко, – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2004. –384с.

**5 курс (магістри)**

**Теорія та історія соціальних комунікацій**

доц. Васьківський Ю. П.

**Тема 1. Створення й опрацювання повідомлень масової інформації**

**Тема 2. Види суспільства з позиції циркулювання в ньому масової інформації, схема процесу масової комунікації**

**Тема 3. Характеристика учасників процесу масової комунікації**

**Література:**

1. Галл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід / Джеймс Галл : Переклад з англійської / За ред. О. Грищенка та Н. Гончаренко. – К.: Видавництво „К.І.С.”, 2002. – 264 с.

2. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : Навчальний посібник / Валерій Іванов. – К.: Академія Української преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.

3. Квіт С. Масові комунікації: підручник / С.Квіт. – К.: Вид. дім., „Києво- Могилянська академія”, 2008- 206 с.

4. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.

5. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : Навчальний посібник / З. В. Партико. – Львів: Афіша, 2008. – 292 с.

6. Почепцов Г. Теорія комунікацій: 2-е видання, доповнене / Г. Г.  Почепцов. – К.: Видавничий центр „Київський університет”, 1999. – 308 с.

**5 курс (магістри)**

**Д/с Психологія реклами**

доц. Васьківський Ю. П.

**Тема 1. Методи психологічного впливу реклами на аудиторію ЗМІ.**

**Тема 2. Психологічні аспекти розробки рекламного тексту і корпоративної символіки.**

**Література:**

1. Айзенберг М . Менеджмент реклами . М.: ТОО" Интех-ТЕХ". – 1993. – 80 с.

2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості. – Львів, – 2008 с.

3. Краско Т.И. Психология рекламы: / Под ред. Е.В.Ромата. – Харьков: Студцентр, 2002. – 216 с.

4. Лук’янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. – К.: КНЕУ, 2000. –380с.

5. Поченцов Г.Г. Теория комуникации. – М.: Изд-во "Ваклер", 2001. – 656 с.

6. Шуванов В.И. Психология рекламы. Серия "Высшее образование ". – Ростов-на-Дону: Изд-во "Феникс", 2003. – 320с.

**5 курс (магістри)**

**Психологія творчості**

доц. Тихолоз Б. С.

**Тема 1. Психологічні особливості творчої особистості. Інтелект і креативність**

**Тема 2. Творчі здібності. Обдарованість, талант, геніальність**

**Тема 3. Психологічні механізми творчості. Творча уява (фантазія) та інтуїція. Критичне (евристичне) мислення**

**Література:**

1. Білоус, Петро Васильович. Психологія літературної творчості : навчальний посібник / Петро Васильович Білоус . – Київ : Академвидав, 2014 . – 214 с. – (Альма-Матер). (13 примірників у НБ ЛНУ)
2. Роменець, Володимир Андрійович. Психологія творчості : навч. посіб. для студ. вузів / В. А. Роменець. – 3-е вид. – К. : Либідь, 2004. – 288 с. (10 примірників у НБ ЛНУ)
3. Клименко, Віктор Васильович. Психологія творчості : навчальний посібник для студентів вузів / В. В. Клименко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 480 с.
4. Туриніна, Олена Леонтіївна. Психологія творчості : навч. посіб. / Туриніна О. Л. – К. : МАУП, 2007. – 160 c. (Електронний варіант у PDF: <http://maup-sevastopol.narod.ru/e_katalog/p08_52.pdf>)

**5 курс (магістри)**

**Д/с Правові засади рекламної діяльності**

доц. Гудз Б. Д.

**Тема 1. Реклама. Поняття та сутність правового регулювання рекламних послуг в Україні**

1. Предмет правового регулювання рекламних послуг в Україні.

Сутність правовідносин у сфері здійснення рекламної діяльності.

2. Метод правового регулювання рекламних послуг в Україні.

3. Історичний генезис правового регулювання рекламних послуг.

**Контрольні запитання:**

1. Назвіть сфери суспільних відносин, які регулюють норми, пов'язані з рекламною діяльністю.
2. Що є предметом правового регулювання національного законодавства,

пов'язаного з наданням рекламних послуг.

1. У чому полягає особливість правового регулювання рекламної діяльності, пов'язаної з рекламною діяльністю.
2. Назвіть передумови виникнення правового регулювання рекламної діяльності в Україні.
3. Назвіть методи правового регулювання рекламної діяльності в Україні.
4. У чому полягає особливість правового регулювання рекламної діяльності в Україні.

**Законодавство та література до теми:**

1. Теорія держави і права: Підручник / Скакун О.Ф. \, пер. з рос. – Харків: Консум, 2001.;
2. Теорія держави та права: підручник / за ред. О.В. Зайчука, Н.М. Оніщенко;
3. Реклама: практичний посібник / Джефкінс Ф., Ядін Д. – Київ, 2001р. ;
4. Рекламна діяльність в Україні . Нормативна база . Київ: КНТ , 2005;
5. Управління рекламною діяльністю в Україні: організаційно-правовий аспект./ З.В. Кузнецова .- Одеса: Наука і техніка, 2005 ;
6. Про захист суспільної моралі : Закон України від 20.11. 2003р. №1296-4// Відомості ВРУ .- – 2004р. – № 14;
7. Марунич А.В. Етапи розвитку української реклами / А.В. Марунич // Управління розвитком.- 2012 .- №4 ;
8. Великий енциклопедичний юридичний словник / за ред. Акад.. НАН України Ю.С. Шемшученка – 2 –ге вид. перероблене і доповнене .- Київ: Видавництво «Юридична думка», 2012;
9. Словник української мови /ред. М.Л. Мандрик/. – К. Київський поліграфічний комбінат , 1970 – Т.1.;
10. Ваксман Р.В. Принципи добросовісної рекламної діяльності : завдання нормотворчої техніки / Р.В. Ваксман // Юрист України . – 2013р. № 1 (22);
11. Еволюція Реклами в Україні / Ю. Васьківський // Вісник Львів. Ун-ту / Серія журналістики ./ 2001 Вип. 21;
12. Ромат Е. В. Державне управління рекламою та саморегулювання у рекламній сфері: монографія / Ромат Е. В. – Київ: Студцентр, 2003. – 112с.; Саниахметова Н.А. ЗаконодательствоУкраины о комерческой рекламе/ Н. А. Саниахметова, А. И. Черемнова. - Харків : ООО «Одисей», 1999. – 256с.; Стрельников А.В. Адміністративна відповідальність за порушення законодавства про рекламу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд..юрид. наук : спец.12.00.07 «Теорія управління; адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» / А. В. Стрельников. – Одеса, 2004.

**Тема 2. Джерела правового регулювання рекламної діяльності**

1. Поняття джерел правового регулювання рекламної діяльності.
2. Джерела правового регулювання в Українському законодавстві.
3. Міжнародні акти , які регулюють рекламну діяльність в інших країнах.
4. Підзаконні нормативні акти, як джерела правового регулювання рекламної діяльності .

**Контрольні запитання:**

1. Назвіть джерела права, якими регулюється рекламна діяльність в Україні.
2. Який порядок набуття чинності закону України, указу Президента України, постанови Кабінету Міністрів України.
3. Назвіть нормативні акти, які регулюють рекламну діяльність в Україні.
4. Назвіть відносини, які виникають у сфері надання рекламних послуг.
5. Поясніть значення терміна acquiscommunutaire.
6. Зробіть аналіз міжнародних договорів,актів Ради Європи та Європейського Союзу як джерел правового регулювання рекламної діяльності.

**Законодавство та література до теми:**

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270 /96 –ВР// Відомості Верховної Ради України . – № 39.
2. Про інформацію: Закон України . – 1992 від 10.1992 р. № 2657-**12**// Відомості Верховної Ради України.- 1992 № 48.
3. Про доступ до публічної інформації.
4. Про друковані засоби масової інформації в Україні. Закон України від 21.12.1993 р. № 3759-12 // Відомості Верховної Ради. – 1994. – № 10 .
5. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним зверненням Київської міської ради професійних спілок щодо офіційного тлумачення ч. 3 ст. 21 КЗпП України від 9 липня 1998р. № 12-рп/98// Офіційний вісник України. – 1998. – №32.
6. Європейська конвенція про транскордонне телебачення: Конвенція Ради Європи від 5 травня 1989 р. № ETS (132) [станом на 17.12.2008р.] // Офіційний вісник України. – 2010. №11.
7. Про заходи щодо запобігання недобросовісній рекламі та її припинення. Указ Президента України від 05.12.1994 № 723/94// Урядовий кур’єр від 08.12.1994.
8. Міжнародний кодекс рекламної практики: Міжнародний документ від 02.12.1986 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988\_010
9. Інформаційне законодавство України : Науково-практичний коментар

В.О. Горобцов.

1. Конституція України / Науково-Практичний коментар // редколегія В. Я. Тацій, О. В. Петришин – Вид. «Право»; Харків 2011.
2. Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення. Закон України від 23.09.1997 № 538/97-ВР// Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1997. – №48.
3. Словник української мови [ред.. М. Л. Мандрик]. – К.: Київський поліграфічний комбінат, 1970. – Т 1.
4. Про рекламу: Закон Киргизької Республіки від 24 грудня 1998 року № 155, в редакції Законів КР від 30 листопада 1999 року № 134, від 25 липня 2002 року № 130, 27 січня 2006 року №17, 6 лютого 2006 року № 35//Єркінтоо. – 1999 року.
5. Про друк і інші засоби масової інформації: Закон Республіки Таджикістан від 14 грудня 1990 року, з виправленнями від 22.04.1992 р., 14.12.1992 р., 1.02.1996 р., 12.12.1999 р., 10.05.2002 р.// ВСОРТ. – 1990 р.;
6. Про рекламу: Закон Республіки Молдова від 27 червня 1997 року № 1227-XIII//Мініторул Офічіал ал Р. Молдова. - № 67-68 від 16 жовтня 1997 року.
7. Zakonoregulacireklamyaozmeneadoplnenizakonae 468/1991 Sb., oprovozovanirozhlasovehoateleviznihovysilani, veznenipozdejsichpredpisu [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www/>zakonycr.cz/?akce=free&akcekrok=free\_prehled&edit=1995.
8. Пінчук А. П. Законопроект про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення контролю за дотриманням законодавства про рекламу// [Електронний ресурс] – Режим доступу: htpp:// zakon.nau.ua/doc/?uid=1148.6169.2.
9. Теорія держави і права: навч. посіб. / А. М. Колодій, В. В. Копейчиков, С. Л. Лисенков та ін..; За заг. ред.. С. Л. Лисенкова, В. В.Копейчикова. – Київ; Юрінком Інтер, – 2003.

**Тема 3. Правове регулювання рекламної діяльності**

1. Закон України «Про рекламу» загальний огляд.
2. Структура та основні засади Закону України «Про рекламу».
3. Коло правовідносин, охоплених Законом України «Про рекламу».
4. Підзаконне регулювання рекламної діяльності в Україні.

**Контрольні запитання:**

1. Назвіть сферу застосування Закону України «Про рекламу».
2. Дайте визначення принципам реклами.
3. Наведіть приклади прихованої реклами.
4. Соціальна реклама – це… продовжіть речення.
5. Наведіть вимоги, які ставляться до реклами.
6. Назвіть вимоги до зовнішньої реклами.

 7. Зазначте особливості реклами на транспорті.

**Законодавство та перелік літератури до теми:**

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270 /96 –ВР// Відомості Верховної Ради України . – № 39.
2. Шарков Ф. І. Правове регулювання комунікаційної діяльності: у рекламі, зв’язках з громадськістю, журналістиці: навч. Посібник – За ред. Ф. І. Шаркова // – М.: Дашков і К. – 2008.
3. Воргуль Т. В. Сучасні тенденції та особливості розвитку рекламного ринку України / Т. В. Воргуль // Управління розвитком. – 2014. – №1.
4. Про захист від недобросовісної конкуренції. Закон України від 07.06.1996 № 236/96-ВР// Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – №36.