

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Голова приймальної комісії
Державного університету
інформаційно-комунікаційних технологій
Володимир ШУЛЬГА



ПРОГРАМА

ФАХОВОГО ІСПИТУ

для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

Галузь знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні
відносини

Спеціальність С7 Журналістика

Освітньо-наукова програма Міжнародні медіа та цифрові комунікації

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма фахового іспиту з журналістики для навчання за освітнім ступенем «магістр» галузі знань Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини, спеціальності С7 Журналістика є нормативним документом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

Програма розроблена кафедрою журналістики та інформаційної діяльності Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва відповідно до Правил прийому до Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій у 2026 році, базується на змісті і вимогах освітньо-професійної програми «Рекламна діяльність та зв'язки з громадськістю» фахівця освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності С7 Журналістика.

Мета фахового іспиту зі спеціальності С7 Журналістика, освітньо-наукової програми «Міжнародні медіа та цифрові комунікації» – встановити рівень фахової готовності абітурієнта до навчання за освітнім ступенем «магістр» згідно з засвоєною ним освітньою програмою освітнього ступеня «бакалавр» даної або спорідненої спеціальності.

У програмі визначено:

- кваліфікаційні вимоги до знань і умінь вступників;
- рівні оцінювання знань і умінь вступників;
- перелік тем для фахового іспиту для вступу на навчання для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Під час проходження фахового іспиту абітурієнт повинен продемонструвати знання з теоретичних основ дисциплін циклу професійної і практичної підготовки освітнього ступеня «бакалавр» даної або спорідненої спеціальності. А також продемонструвати вміння:

використовувати здобуті знання та практичні навички в галузі фахової діяльності в процесі вирішення творчих, навчальних, науково-дослідницьких завдань;

обгрунтовувати й відстоювати свої погляди;

аналізувати вплив факторів науково-технічного прогресу на предметну галузь;

застосовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології в освітній та дослідницькій діяльності;

створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;

застосовувати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;

мати здатність формувати інформаційний контент, володіти професійними технологіями, знаннями SMM-менеджменту;

володіти практичними засадами копірайтингу, умінням виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи), моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній;

використовувати SMM-менеджмент у професійній діяльності.

Фаховий іспит до магістратури спрямований на визначення рівня теоретичної підготовки та практичних умінь вступників у галузі соціальних комунікацій, а також у сфері теорії й практики журналістської діяльності.

Фаховий іспит зі спеціальності організує і проводить фахова атестаційна комісія. Фаховий іспит проводиться в тестовому форматі таким чином, щоб його тривалість не перевищувала 2 години. Результати фахового іспиту оцінюються за 200-бальною шкалою, за якими формується рейтинг вступників.

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. Вступники повинні мати вищу освіту, вільно володіти державною мовою, мати здібності до оволодіння знаннями та навичками в галузі фундаментальних та професійно-орієнтованих дисциплін у сфері теорії та практики журналістської діяльності.

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ

Програма містить блоки таких фахових дисциплін:

Масова комунікація та інформація

Медіаправо та медіаполітика

Види журналістики

Основи реклами та PR

ОСНОВНІ ПИТАННЯ З ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

Визначення понять «інформація», «комунікація», «масова комунікація», «соціальні комунікації». Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Масова інформація як об'єкт міждисциплінарного вивчення (гуманітарних, точних, природничих наук). Методи дослідження масової інформації та масової комунікації. Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації. Поняття комуніката і комуніканта. Сутність соціальної комунікації. Умови ефективної комунікації. Проблеми нових медіа: інформаційна перевантаженість, недостовірність, авторське право, питання медіаетики та інше. Нові медіа як засіб керування суспільством. Захист особистих даних. Безпека індивіда та суспільства. Фейк. Інформаційні війни. Інформація як зброя сучасності. Мережеві війни. Нові медіа як інструмент інформаційних воєн. Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні. Національні інновації та ініціативи. Інтеграція України у

світовий та європейських інформаційних простір. Побудова в Україні інформаційного суспільства. Соціальні комунікації як фактор трансформації та модернізації України. Їхня роль у націотворенні та державотворенні. Особливості розвитку транзитивного суспільства. Процес роздержавлення українських ЗМІ в контексті стратегій розвитку соціальних комунікацій. Поняття про громадські ЗМК та ЗМІ. Причини та умови формування громадського мовлення в національному інформаційному просторі. Динаміка функцій соціальної комунікації як результат демократичних перетворень системи ЗМК. Перспективи розбудови соціо-комунікаційних процесів в Україні.

МЕДІАПРАВО ТА МЕДІАПОЛІТИКА

Основні принципи державної політики інформаційної безпеки. Джерела інформаційних загроз безпеці держави. Інформаційна уразливість держави. Проблема початку інформаційної війни. Типова стратегія інформаційної війни. Наслідки інформаційної війни. Правове регулювання загальних питань інформації. Взаємозв'язки суспільства і соціальної інформації на сучасному етапі. Структура інформаційної діяльності. Регламентація загальних питань інформації в українському законодавстві. Конституція і верховенство права в державі. Пряма дія Конституції. Конституція – Основний Закон держави, головний юридичний інструмент регулювання суспільних відносин.

ВИДИ ЖУРНАЛІСТИКИ

Пресова журналістика. Типологія газетно-журнальних видань. Вертикальна та горизонтальна інформаційна ніша. Демографічні та соціальні характеристики аудиторії, що визначають тип видання. Структури редакції та способи їх розміщення. Головний редактор та його функції. Заступник головного редактора. Відповідальний секретар. Оглядачі, кореспонденти, репортери. Спеціалізація та універсальність. Власні та спеціальні кореспонденти. Позаштатні кореспонденти / фрілансери. Фотокори, більдредактори. Редактори, коректори. Верстальники. Контентпродюсери. Фахівці поза межами редакції. Сутність редагування. Мета й завдання редагування.

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

Тележурналістика. Телебачення як соціальне явище. Економічні, соціальні та науково-технічні чинники розвитку телебачення. Основні функції телебачення в суспільстві. Місце ТБ в системі соціальних комунікацій. Унікальні та типові

особливості тележурналістики. Особливості телевиробництва. Особистість і команда. Система телевізійних професій як відображення інтеграційного розвитку телемовлення. Методи формування творчих команд. Тематично-жанрова структура телефіру.

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

ОСНОВИ РЕКЛАМИ І PR

Організація рекламної та PR-діяльності в сучасному світі. Діяльність спеціаліста з реклами та PR в сучасній компанії; основні функції реклами і зв'язків з громадськістю для рекламної агенції, рекламодавця. Рекламодавці, їх класифікація. Рекламні агентства та рекламні служби підприємств. Інфраструктура рекламної та PR галузі в Україні. Інформаційне забезпечення в рекламі та PR. Система підготовки професійних кадрів для українського рекламного та PR бізнесу. Роль і значення реклами та PR в сучасному українському суспільстві. Рейтинги PR та рекламних агенцій за визначеними критеріями (креатив, рівень доходу, кількість клієнтів, розмір бюджетів). Власна служба реклами та PR в організації: характеристика, особливості створення. Місце служб реклами та PR у корпоративній структурі. Переваги та недоліки співпраці із автономними агентствами в рекламній та PR-сфері. Планування рекламних та PR-заходів. Цілі рекламної та PR-кампанії. План, функції, види рекламної та PR-кампанії. Визначення понять: медіапланування, медіаканал, медіаносій. Загальні відомості про рекламний та PR бюджет. Основні статті бюджету (структура бюджету). Формування рекламного бюджету. Копірайтінг як вид професійної діяльності. Технології копірайтінгу. Особливості розробки назви торгової марки.

Структурні компоненти рекламного тексту, їх функції та правила написання. Типологія рекламних текстів. Жанрова характеристика PR-текстів. Жанрова характеристика комбінованих PR-текстів. Жанрова характеристика медіатекстів. Спічрайтерство. Принципи та методи взаємодії з громадськістю за допомогою спічрайтингу. Види та особливості складання публічних текстів. Визначення формату виступу. Публічні виступи та спрайтінг. Івенти в рекламі та PR: поняття, характерні риси, типологія. Інформаційні приводи для рекламних та PR-заходів. Інформаційні, іміджеві та спеціальні заходи. Організація та проведення заходів за участю ЗМІ.

Пресконференція: специфіка проведення, типові помилки організації. Процедура відповідей на запитання журналістів. Особливості брифінгу, престуру, «круглого столу». Маркетингові комунікації в рекламі та PR: сутність, цілі, завдання. Модель сучасних маркетингових комунікацій. Прямий маркетинг. Характеристика учасників маркетингових комунікацій. Основні класифікації засобів СМК. Реклами і PR у різних сферах: економічній, політичній, соціальній, державному управлінні. Прес-секретарство як інструмент комунікації. Кризова комунікація як інструмент кризового менеджменту: сутність, фактори успішності, найбільш типові помилки. Практика кризового реагування.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Законодавчі і нормативно-правові документи

1. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення : ДСТУ 2392-94. Вид. офіц. Чинний від 1995–01–01. Київ : Держстандарт України, 1994. 53 с. (Національний стандарт України).
2. Конституція України (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>.
3. Про інформаційні агентства. Закон України від 28 лютого 1995 року № 74/95-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-вр#Text>.
4. Про інформацію. Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657- XII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
5. Про медіа. Закон України від 13 грудня 2022 року № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.

Основна

1. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 304 с.
2. Галлер М. Репортаж : навч. посіб. / пер. з нім. : В. Климченко, В. Олійник ; ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 347 с.
3. Досенко А. К., Погребняк І. В. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери : навч.-метод. посіб. Київ : ЦУЛ, 2020. 189 с.
4. Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 271 с.
5. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наук. думка, 2017. 350 с.
6. Зражевська Н. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 197 с.
7. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології : навч. посіб. Київ : Розумники, 2021. 192 с.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : ЦУЛ, 2018. 496 с.
10. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти : книжка для читання та підручник. Київ : Центр вільної преси, 2017. 312 с.
11. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Вид. 3-тє, допов. та перероб. Київ : Києво-Моги́л. акад., 2016. 504 с.
12. Срібняк І. В. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.) : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. 264 с.

Додаткова

1. Ботьц Н. Абетка медіа / за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
2. Буроменський М., Штурхецький С., Білз Е., Бетц М., Шюпп К., Казанжи З. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : посіб. рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ : Компанія ВАІТЕ, 2016. 118 с.
3. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студентів закл. вищ. освіти / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2018. 514 с.
4. Кузнєцова Т. В. Аксиологія соціальних комунікацій : навч. посіб. Суми : Вид-во Сум. держ. ун-ту, 2012. 300 с.
5. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі, фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
6. Лебон Г. Психологія мас. Київ : Андронум, 2021. 138 с.
7. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика : підручник. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2017. 728 с.
8. Лизанчук В. Журналістська майстерність : підручник. Львів: ЛНУ ім. І. Франка. 2011. 376 с.
9. Навальна М., Ісайкіна О. Медіакомунікації : навч. посіб. Переяслав-Хмельницький : Вид-во КСВ, 2018. 220 с.
10. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики : практ. посіб. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.
11. Основи реклами та зв'язків із громадськістю : підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 431 с.
12. Парашук В. Ю., Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації. Київ : Академія, 2010. 240 с.
13. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. / КНТЕУ. Київ, 2016. 284 с.
14. Рус-Моль Ш. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко ; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
15. Терещук В. І. Масові комунікації: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Ун-т економіки та права «КРОК», 2017. 200 с.
16. Чекмишев О. Основи журналістики. Київ : ВЦ «Академія», 2021. 168 с.
17. Шинкарук А. Л., Парфенюк В. М., Кац Е. Я. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології : кол. монографія. Рівне, 2013. 416 с.
18. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / пер. з нім. В. Климченко ; за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 358 с.

19. Georgiievska V. History of Ukrainian Journalism: Functioning of the Advertising and Reference Press in the Territory of Transdnieper Ukraine (XIX – early XX centuries). Kyiv : ЦУЛ, 2023.

Інтернет-ресурси

1. Абетка соціальних комунікацій : довідник / уклад. Г. В. Горбенко ; за наук. ред. Л. Г. Масімової. Київ : Жнець, 2014. 152 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/7768/1/Gorbenko_G_Masimova_L_Abetka_socialnuh_comunikacij_c_152.pdf.

2. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. практ. посіб. / Ін-т масової інформації. Київ : Софія-А, 2016. 184 с. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>.

3. Земляна І. Журналіст і (не) безпека. Посібник для журналістів, які працюють в небезпечних умовах / Ін-т масової інформації. Київ, 2016. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Zhurnalist-i-nebezpeka.pdf>.

4. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с. URL: <https://www.aup.com.ua/uploads/TMbook.pdf>.

5. Квіт С. Масові комунікації. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wpcontent/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>.

6. Косюк О. Теорія масової комунікації : навч. посіб. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10031/1/kosiukteoria%20верстка%201.pdf>.

7. Куляс І., Головенко Р., Земляна І. ЗМІ та вибори Саморегуляція, безпека, закони / за заг. ред. Н. Лигачової-Чернолуцької, О. Романюк ; Ін-т масової інформації. Київ, 2018. 100 с. URL: https://imi.org.ua/wpcontent/uploads/2018/10/posibnyk_WEB_2.pdf.

8. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірка / ред.- упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Акад. укр. преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Avtorski_uroku.pdf.

9. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : КиМУ, 2011. 313 с. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2881/1/ПІДРУЧНИК%20-%20ХОЛОД%20О.%20М.%20Ком.%20техн.%20-%202011.pdf>.

10. Яремчук С. С. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2015. 248 с. URL: <http://www.sociology.chnu.edu.ua/res//sociology/socmas.pdf>.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Фаховий іспит для конкурсного відбору вступників до Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій у 2026 році для здобуття освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю С7 Журналістика на денну форму навчання складається з 60 тестових завдань.

Кожна правильна відповідь оцінюється у 5 балів.

Кожна неправильна відповідь оцінюється у 0 балів.

Максимальна кількість балів складає 200 балів.

Мінімальна кількість балів, що дає право вважати фаховий іспит успішним повинна становити не менше 100 балів.

Час відведений на іспит складає 120 хв.

Рівні знань	Бали	Критерії оцінювання знань
початковий	100-150	надано 21-30 правильних відповідей, є неохайності та виправлення
середній	151-170	надано 31-40 правильних відповідей, є незначні неохайності та виправлення
достатній	171-190	надано 41-50 правильних відповідей, є незначні неохайності та виправлення
високий	191-200	надано 51-60 правильних відповідей без виправлень

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Склад фахової атестаційної комісії визначається наказом ректора Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій, робота комісії та порядок проведення фахового іспиту, регламентуються «Положенням про Приймальну комісію Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» введеного в дію наказом ректора від 21 січня 2026 року № 18.

Завідувач кафедри журналістики
та інформаційної діяльності



Тетяна СИДОРЕНКО