

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

Філологічний _____

(назва факультету/навчально-наукового інституту)

Кафедра _____ журналістики _____

(назва кафедри)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан філологічного факультету

доц. Ярослав Редьква

« _____ » _____ 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Концепція друкованого видання»
вибіркова

Освітньо-професійна програма «Журналістика та кросмедійність»

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Рівень вищої освіти перший бакалаврський

Філологічний факультет

Мова навчання

українська

Чернівці 2024 рік

Робоча програма навчальної дисципліни „Концепція друкованого видання” складена відповідно до освітньо-професійної програми „Журналістика та кросмедійність” (спец. 061 „Журналістика”), затвердженої Вченою радою Чернівецького університету (протокол № 8 від 6 травня 2024 року).

Розробники: _____ асист. Стефанець В. Б.,
(П.І.Б. авторів, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Викладачі: _____ асист. Стефанець В. Б.,
(П.І.Б. авторів, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Погоджено з гарантом ОП й затверджено
на засіданні кафедри журналістики
Протокол № 1 від 12 серпня 2024 року

Завідувач кафедри _____ Василик Л.Є. _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено методичною радою філологічного факультету протокол № 1 від
12 серпня 2024 року

Голова методичної ради
філологічного факультету

Антофійчук А. М.

©Стефанець В. Б.
2024 рік

Мета та завдання навчальної дисципліни: Курс „Концепція друкованого видання” покликаний дати розуміння і знання про взаємозв'язок редакційно-видавничого менеджменту з іншими галузями знань, основні принципи організації структури видання й кадрової політики, добору працівників та розподілу обов'язків між ними, основні методи управління колективом видання.

Мета навчальної дисципліни – знати практичні навички формування та організації роботи видання, управління його справами, використання колективного та особистісного потенціалу в досягненні результатів медіа.

Пререквізити:

ПП01. Масова комунікація та інформація

ПП02. Основи журналістики

ПП04. Правові засади медіадіяльності

ЗП04. Загальне редагування

Результати навчання.

Навчальна дисципліна «Концепція друкованого видання» спрямована на забезпечення та засвоєння таких **загальних і спеціальних компетентностей:**

Загальні:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент

У результаті засвоєння змісту навчальної дисципліни студент має набути таких **програмних результатів навчання:**

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.

ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Опис навчальної дисципліни

Загальна інформація про розподіл годин

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумково го контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	1	2	4	120	30	-	30	-	56	4	залік
Заочна	1	2	4	120	6	-	6	-	104	4	залік

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. КОНЦЕПЦІЯ ЯК ЗАДУМ І ТЕОРЕТИЧНИЙ ПЛАН												
Тема 1.1. Поняття концепції видання. Різновиди загальноредакційної концепції.	8	2	2		1	3	9	1	1		1	6
Тема 1.2. Медіа як різновид бізнесу.	9	2	2		1	4	11	1	1		1	8
Тема 1.3. Джерела доходів видань.	8	2	2			4	7					7
Тема 1.4. Передплата – джерело фінансової стабільності видань.	7	2	2			3	8	1	1			6

Тема 1.5. Зарубіжний досвід передплати на газети і журнали.	8	2	2			4	7					7
Тема 1.6. Моделі доставки передплатни х видань в Україні, США та Європі.	7	2	2			3	5					5
Тема 1.7. Додаткова та побічна діяльність видань.	8	2	2			4	7					7
Разом за змістовим модулем 1	55	14	14		2	25	54	3	3		2	46

Змістовий модуль 2. ДРУКОВАНІ МЕДІА ЯК БІЗНЕС

Тема 2.1. Фінансова концепція друкованого видання.	9	2	2		1	4	11	1	1		1	8
Тема 2.2. Поліграфічна концепція друкованого видання.	8	2	2			4	8					8
Тема 2.3. Змістовна концепція друкованого видання.	9	2	2		1	4	11	1	1		1	8
Тема 2.4. Кадрова концепція друкованого видання.	8	2	2			4	9	1	1			7

Тема 2.5. Введення в редакційний колектив; випробувальний термін – важливий етап кадрової роботи.	8	2	2			4	7					7	
Тема 2.6. Величина, склад, структура редакційного колективу.	8	2	2			4	7					7	
Тема 2.7. Дослідження аудиторії – інструмент коригування змісту видань та зростання їх продажів і тиражів.	8	2	2			4	7					7	
Тема 2.8. Перспективи розвитку друкованих видань.	7	2	2			3	6					6	
Разом за змістовим модулем 2	65	16	16		2	31	66	3	3			2	58
Усього годин	120	30	30		4	56	120	6	6			4	104

Тематика лекційних занять з переліком питань

№ теми	Назва теми
1.1	<p>Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції. <i>ПЛАН</i> Що таке концепція? Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції.</p>
1.2	<p>Медіа як різновид бізнесу. <i>ПЛАН</i> Чому «четверта влада» не стала самодостатньою? Хто в Україні дав старт фінансового контролю над медіа? Українські і зарубіжні медіамагнати. Чи існують в Україні медійні фінансово-промислові групи?</p>
1.3	<p>Джерела доходів видань. <i>ПЛАН</i> Джерела доходів українських медіа. Передплата. Продаж тиражу у роздріб. Реклама. Спонсорська допомога. Державна підтримка друкованих видань.</p>
1.4	<p>Передплата – джерело фінансової стабільності видань. <i>ПЛАН</i> Передплата - джерело фінансової стабільності друкованих видань. Як повернути передплату на перше місце? Досвід передплати на газети і журнали.</p>
1.5	<p>Зарубіжний досвід передплати на газети і журнали. <i>ПЛАН</i> Зарубіжний досвід передплати на газети і журнали. Передплата в Європі. Функції зарубіжних передплатних агентств. Передплата в США.</p>
1.6	<p>Моделі доставки передплатних видань в Україні, США та Європі. <i>ПЛАН</i> Моделі доставки передплатних видань в Україні, Дві моделі доставки передплатних видань в Європі. Моделі доставки передплатних видань в США.</p>

1.7	<p>Додаткова та побічна діяльність видань. <i>ПЛАН</i></p> <p>Важливість додаткової та побічної діяльності видань. Форми додаткової та побічної діяльності. Медійні стартапи.</p>
2.1	<p>Фінансова концепція друкованого видання. <i>ПЛАН</i></p> <p>Економіка і медіа. Медіа як бізнес. Ринкові відносини між виробниками журналістської інформації та її споживачами. Інформаційний ринок. Аспекти ринку періодичних видань. Економічні умови діяльності видання. Фінансова та організаційна структура видання.</p>
2.2	<p>Поліграфічна концепція друкованого видання. <i>ПЛАН</i></p> <p>Поняття поліграфічна концепція. Етапи оформлення друкованого видання. Художньо-графічна концепція за версією Т. С. Крайнікової. Що таке композиційно-просторові особливості друкованого видання ?</p>
2.3	<p>Змістовна концепція друкованого видання. <i>ПЛАН</i></p> <p>Змістова концепція - різновид загальноредакційної концепції друкованого періодичного видання. Складові змістовної концепції. Як правильно розмістити на шпальтах видання найбільш важливі й великі матеріали.</p>
2.4	<p>Кадрова концепція друкованого видання. <i>ПЛАН</i></p> <p>Система підбору і призначення кадрів. Підбір кандидатів на посаду. Введення в редакційний колектив. Випробувальний термін. Атестація. Ротація. Стимули.</p>
2.5	<p>Введення в редакційний колектив; випробувальний термін – важливий етап кадрової роботи. <i>ПЛАН</i></p> <p>Для чого потрібен випробувальний термін? Грамотне використання випробувального терміну. Наставництво. Головне завдання для наставника.</p>
2.6	<p>Величина, склад, структура редакційного колективу. <i>ПЛАН</i></p> <p>Особливості формування редакційних колективів (періодичність випуску видання, його формат та об'єм, кількість шпальт в номері, особливості читачької аудиторії, кваліфікаційний рівень журналістів, редакційні фінанси). Кількість кадрів і якість друкованого продукту. Структура редакційного колективу.</p>
2.7	<p>Дослідження аудиторії – інструмент коригування змісту видань та зростання їх продажів і тиражів. <i>ПЛАН</i></p> <p>Для чого потрібно вивчати запити читачів? Кількісні і якісні дослідження. Етапи проведення дослідження. Мета опитування. Фокус-групи. Що таке «вибірка»?</p>

2.8	<p>Перспективи розвитку друкованих видань. ПЛАН Періодичні друковані видання як важливе джерело інформації. Сильні сторони друкованих медіа. Перспективи розвитку друкованих видань.</p>
-----	--

Тематика практичних (семінарських) занять з переліком питань

№	Назва теми	Кількість годин
1	<p>Тема 1. Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції. <i>Вид роботи: усні відповіді, дискусія про різновиди концепції, погляди дослідників та власна думка про те, що таке концепція друкованого медіа.</i></p>	2
2	<p>Тема 2. Медіа як різновид бізнесу. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, усні відповіді, дискусія.</i> 1. Чому «четверта влада» не стала самодостатньою? 2. Хто першим в Україні дав старт фінансового контролю над медіа? 3. Українські і зарубіжні медіамагнати. 4. Чи існують в Україні медійні фінансово-промислові групи?</p>	2
3	<p>Тема 3. Джерела доходів видань. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, усні відповіді, дискусія.</i> 1. Приклади фінансово успішних медій. 2. Складові фінансової стабільності. 3. Чому банкрутують друковані видання?</p>	2
4	<p>Тема 4. Передплата – джерело фінансової стабільності видань. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, усні відповіді.</i> Аналіз передплатних цін на місцеві друковані медіа. Встановлення взаємозалежності їх величин від тиражу, кількості шпальт, форм маркетингової роботи з читачами тощо.</p>	2
5	<p>Тема 5. Зарубіжний досвід передплати на газети і журнали. <i>Вид роботи: доповіді, усні відповіді.</i> 1. Чому періодичні друковані видання втрачають тиражі? 2. Чи можна застосувати зарубіжний досвід передплати на газети і журнали в Україні?</p>	2
6	<p>Тема 6. Моделі доставки передплатних видань в Україні, США та Європі. <i>Вид роботи: доповіді, усні відповіді.</i> 1. Особливості доставки передплатних видань в США та Європі. 2. Чим відрізняється передплата в Україні від передплати в Європі і США?</p>	2
7	<p>Тема 7. Додаткова та побічна діяльність видань.</p>	2

	<i>Вид роботи: усні відповіді, дискусія «Чи повинні медіа займатися побічною діяльністю?»</i>	
8	Тема 8. Фінансова концепція друкованого видання. <i>Вид роботи: робота в групах:</i> 1. Розробка фінансової структури медіа. 2. Аналіз видатків і прибутків.	2
9	Тема 9. Поліграфічна концепція друкованого видання. <i>Вид роботи: робота в групах, презентації, усні відповіді.</i> 1. Презентація і обґрунтування власної верстки тематичної шпальти. Аналіз процесів оформлення друкованого медіа. 2. Основа формування зовнішнього (візуального) образу видання. 3. Художньо-графічна концепція за версією Т. С. Крайнікової.	2
10	Тема 10. Змістовна друкованого концепція. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах.</i> 1. Дві основні складові змістовної (на основі аналізу газети «Молодий буковинець»). 2. Принцип розміщення великих аналітичних матеріалів на газетній сторінці (на основі аналізу газети «Погляд»).	2
11	Тема 6. Кадрова концепція друкованого видання. <i>Вид роботи: робота в групах, ділова гра «Редактор друкованого медіа підбирає кадри в редакцію».</i>	2
12	Тема 12. Введення в редакційний колектив; випробувальний термін – важливий етап кадрової роботи. <i>Вид роботи: усні відповіді, проведення тестування.</i>	2
13	Тема 13. Величина, склад, структура редакційного колективу. <i>Вид роботи: усні відповіді, проведення тестування.</i>	2
14	Тема 14. Дослідження аудиторії – інструмент коригування змісту видань та зростання їх продажів і тиражів. <i>Вид роботи: усні відповіді, робота в групах.</i> 1. Проведення «фокус-групи» опитування. 2. Визначення «вибірки» опитування. 3. Складання анкети опитування.	2
15	Тема 15. Перспективи розвитку друкованих видань. <i>Вид роботи: усні відповіді, робота в групах.</i> 1. Проаналізуйте 2 місцевих газети вашого регіону з точки зору загальноредакційної концепції друкованого видання. Визначте сильні і слабкі сторони медіа.	2

Завдання для самостійної роботи студентів

№	Назва теми	Кількість годин
1	На основі аналізу довільно вибраного друкованого медіа розповісти про складові його загальноредакційної концепції.	3
2	Підготувати доповідь «Медіамагнати; добро чи зло?»	4
3	Підготувати презентацію про джерела доходів друкованого медіа.	4
4	На підставі передплатних цін друкованих медіа вашого регіону (2-3 газети) обґрунтуйте важливість передплати як основного джерела наповнення редакційного бюджету.	3
5	Підготувати доповідь «Чи можна застосувати зарубіжний досвід передплати на газети і журнали в Україні?»	4
6	Підготувати доповідь «Особливості доставки передплатних видань в Україні, США та Європі».	3
7	Підготувати реферат «Медіа стартап - проект з інноваційною основою та потенціалом для швидкого заробітку».	4
8	На основі загальнодоступних джерел проаналізувати фінансову концепцію газети «Молодий буковинець».	4
9	Перегляньте дві газети вашого регіону і визначте їх композиційно-просторові особливості.	4
10	На прикладі місцевого друкованого видання вашого регіону проаналізуйте складові його змістовної концепції.	4
11	Проаналізуйте як змінилася кадрова концепція друкованого видання місцевого друкованого видання вашого регіону після завершення процесу його роздержавлення.	4
12	Опитайте студентів старших курсів кафедри про проходження ними виробничої практики. З'ясуйте виробничі проблеми, що мають стосунок до введення в редакційний колектив і практики наставництва.	4
13	На підставі аналізу діяльності двох місцевих медіа обґрунтуйте взаємозалежність структури редакції та її фінансових можливостей.	4
14	Визначте редакційну проблему та підготуйте анкету кількісного дослідження аудиторії читачів друкованого медіа.	4
15	Визначіть сильні і слабкі сторони медіа місцевої газети вашого регіону.	4

Індивідуальні завдання та ІНДЗ

№	Назва теми	Кількість годин

1	Проаналізуйте як особливості кадрової концепції друкованого медіа вашого регіону впливають на формування структури його редакції.	1
2	Визначте як змістовна концепція друкованого медіа вашого регіону взаємопов'язана з його передплатою.	1
3	Підготуйте доповідь на економічну тему «Чому «четверта влада» не стала самодостатньою?»	1
4	На основі загальнодоступних джерел проаналізуйте фінансову концепцію газети «Погляд».	1
5		
6		

* *Індивідуальні завдання плануються, якщо передбачені навчальним планом, або за рішенням викладача*

* *ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни визначається викладачем, з урахуванням специфіки дисципліни.*

Методи навчання

У роботі використовуємо словесні, наочні та практичні методи навчання, зокрема: лекцію, пояснення, розповідь, бесіду, спостереження, ілюстрацію, демонстрацію, практичні вправи.

За характером пізнавальної діяльності здобувача освіти застосовуємо інформаційно-рецептивний, репродуктивний, проблемний, евристичний, дослідний методи.

Система контролю та оцінювання

Система контролю та оцінювання проводиться в формі поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. У процесі вивчення дисципліни використовуємо такі методи поточного контролю: *контрольні роботи; групова робота, тести; презентації, аналіз медіайкейсів, метод мозкового штурму, моніторинг медій, робота в групах з платформами Padlet та Mentimeter, використання платформи Moodle, можливість неформальної освіти, написання матеріалу аналітичного жанру на обрану тему.*

Формами поточного контролю є індивідуальна та фронтальна перевірка, форма підсумкового контролю – екзамен.

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти, у системі формальної освіти) ЧНУ» (https://drive.google.com/file/d/1O7Chn1UqlqjW_JjybxDr-syswxxHuGOn/view) у процесі вивчення дисципліни здобувачу освіти може бути зараховано до 25% балів, отриманих за результатами неформальної та / або інформальної освіти з

проблем, що відповідають тематиці курсу.

Розподіл балів

ЗМ 1 (30 балів)							ЗМ 2 (30 балів)								Підсумковий контроль (іспит)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15		
3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	40	100

Критерії оцінювання підсумкового оцінювання

Оцінка А (90 – 100 балів) або „відмінно” виставляється за відповідь, яка містить вичерпне за сумою поданих знань розкриття усіх запитань, розгорнуту аргументацію кожного з положень, побудована логічно й послідовно, розкриває питання від його нижчих до вищих рівнів, а також містить приклади з художніх текстів, які дозволяють судити про повноту уявлень студента з поставленого питання. Відповідь повинна бути викладена гарною, багатою мовою, відзначатися точним вживанням термінів, містити посилання на засвоєну навчальну літературу.

Оцінка В (80 – 89 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить повне, але не вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, що містяться в білеті, скорочену аргументацію головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а розуміння теоретичних питань не підкріплює ілюстраціями з художніх текстів. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів.

Оцінка С (70 – 79 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить недостатньо вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення запитань, що містяться в білеті, відсутня аргументація головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а наведені приклади з текстів не відповідають теоретичним моментам даного курсу. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Крім того, таким балом може бути оцінений студент, який протягом семестру не виявляв відповідних знань з даного курсу, але на іспиті успішно відповів на поставлені теоретичні та практичні завдання.

Оцінка D (60 – 69 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, поверхово аргументує положення відповіді, у викладі допускає композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, не ілюструє теоретичні положення прикладами з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання.

Оцінка E (50 – 59 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань або за

незнання окремого питання із загальної кількості поставлених. У викладі студента допущені композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу. Студент не може відтворити основні теоретичні положення, але наводить окремі приклади з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання, немає розуміння окремих літературознавчих термінів.

Оцінка FX (35 – 49 балів) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом на протязі навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але його відповідь на іспиті містить неправильне висвітлення заданих питань, помилкову аргументацію, допускаються помилкові умовиводи, неправильне посилення на факти та їхнє витлумачення, мова близька до суржику, він також може бути оцінений незадовільно.

Оцінка F (1 – 34 бали) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом протягом навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але відповіді на поставлені запитання на іспиті він не може або відповідає неправильно, а також не може дати відповідь на жодне із поставлених додаткових запитань, така відповідь оцінюється незадовільно.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

100-бальна шкала	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Пояснення за розширеною шкалою
90-100	Відмінно	A	відмінно
80-89	Добре	B	дуже добре
70-79		C	добре
60-69	Задовільно	D	задовільно
50-59		E	достатньо
35-49	Незадовільно	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34		F	незадовільно з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

Перелік питань для самоконтролю навчальних досягнень студентів

1. Як ринок реклами, на вашу думку, впливає на редакційну незалежність друкованих медій?
2. Яким чином взаємопов'язані фінансова і змістова підконцепції загальноредакційної концепції?
3. Яка роль опитувань читацької аудиторії у надходженнях від передплати?

4. Сформулюйте універсальні складові змістовної концепції будь-якого друкованого видання.
5. Яким чином змістовна концепція друкованого медіа сприяє освіченості людей?
6. Чому змістовна концепція є однією з головних вимог до творення друкованого видання?
7. Яке ваше бачення майбутнього друкованих медіа? Обґрунтуйте свою думку.
8. Які опитування читацької аудиторії друкованих медіа ефективніші – кількісні чи якісні?
9. Що слід зробити, аби кадрова концепція друкованого видання була ефективною?
10. Яким чином взаємопов'язані між собою поліграфічна і змістовна концепції друкованого медіа?

Перелік питань для підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

1. Схарактеризувати для чого потрібно вивчати запити читачів.
2. Проаналізувати передплату в Європі.
3. Характеризувати державне фінансування друкованих видань.
4. Проаналізувати композиційно-просторові особливості друкованого видання.
5. Визначити хто проводить дослідження читацької аудиторії.
6. Схарактеризувати поліграфічну концепцію.
7. Схарактеризувати випробувальний термін.
8. Схарактеризувати категорію «опитування».
9. Визначити сильні сторони друкованих мас-медіа.
10. Проаналізувати атестацію у системі підбору і призначення кадрів.
11. Проаналізувати складові змістовної концепції.
12. Проаналізувати українських та зарубіжних медіамагнатів.
13. Схарактеризувати функції зарубіжних передплатних агентств.
14. Визначити мету опитування читачів.
15. Проаналізувати передплату в США.
16. Схарактеризувати категорію «вибірка»?
17. Проаналізувати передплату в Європі.
18. Проаналізувати ротацію у системі підбору та призначення кадрів.

19. Схарактеризувати змістовну концепцію як різновид загальноредакційної концепції друкованого періодичного видання.
20. Схарактеризувати фокус-групи.
21. Схарактеризувати введення в редакційний колектив.
22. Схарактеризувати систему підбору і призначення кадрів.
23. Проаналізувати перспективи розвитку періодичних видань.
24. Проаналізувати друковані медіа як різновид бізнесу.
25. Схарактеризувати складові змістовної концепції друкованого періодичного видання.
26. Схарактеризувати передплату і продаж тиражу в роздріб.
27. Схарактеризувати дослідження аудиторії як інструмент коригування змісту газети та зростання її продажу і тиражу.
28. Визначити як правильно розмістити на шпальтах видання найбільш важливі й великі матеріали.
29. Проаналізувати зарубіжний досвід передплати на газети і журнали.
30. Схарактеризувати випробувальний термін.
31. Проаналізувати складові змістовної концепції.
32. Схарактеризувати поліграфічну концепцію.
33. Проаналізувати величину, склад і структуру редакційного колективу.
34. Схарактеризувати рекламу як джерело доходів друкованих медіа.
35. Схарактеризувати атестацію у системі підбору і призначення кадрів.
36. Схарактеризувати ротацію у системі підбору та призначення кадрів.
37. Схарактеризувати концепцію друкованого видання.
38. Схарактеризувати передплату як джерело фінансової стабільності друкованих видань.
39. Схарактеризувати атестацію у системі підбору і призначення кадрів.
40. Визначити складові змістовної концепції.
41. Проаналізувати систему підбору і призначення кадрів.
42. Визначити складові змістовної концепції.
43. Проаналізувати чому періодичні друковані видання були і залишаються найважливішим джерелом інформації.
44. Визначити як правильно розмістити на шпальтах видання найбільш важливі й великі матеріали.
45. Схарактеризувати етапи проведення дослідження читацької аудиторії.
46. Схарактеризувати величину, склад і структуру редакційного колективу.
47. Схарактеризувати передплату в США.
48. Схарактеризувати ротацію у системі підбору та призначення кадрів.

Рекомендована література Основна

1. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Т. Д. Булах – Х., 2011. – С. 158-162.
2. Витвицька Ю. Н. Формування лояльності аудиторії як чинник успішності ЗМІ / Ю. Н. Витвицька // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – Вип. 37. – С. 348–357.
3. Витвицька Ю. Н. Вивчення аудиторії на різних етапах редакційного менеджменту молодіжного видання // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. – 2016 р., № 3 (27). – С. 81-85
4. Горевалов С., Зикун Н. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: Завдання й перспективи розвитку. Львівський Вісник. – 2013. – С. 250.
5. Д'Інка В. Редакційний менеджмент / Вернер Д'Інка // Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ. – 2-ге вид., доповн. та виправлене / за ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с.
6. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. – К.: Видав.-поліграф. центр «Київський університет», 2010. – 287 с.
7. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації: навчальний посібник / А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2005. – 304 с.
8. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: практичний посібник. – К.: Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
9. Присяжний М. Організація роботи редакції газети і праці журналіста : навч. посіб. / Михайло Присяжний, Мар'ян Лозинський. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 182 с.

Допоміжна

1. Журналістика. Словник-довідник : авт.-укл. І.Л.Михайлин. – К.: «Академвидав», 2013. – 320 с.
2. Каппон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник / Рене Каппон / Пер. з англ. А. Іщенко. — К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». – 2005. – 125 с.
3. Кобинець А.В. Газета – соціотворча структура й підприємство: навч. посіб. / А. В. Кобинець. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 264 с.
4. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування: навч. посіб. У 2-х ч. / М. С. Тимошик; За ред. В. В. Різуна. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2004.
5. Рус-Моль Ш. Журналістика: посіб. / Пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; наук. редак. В. Іванов. — К. : Академія української преси, Центр вільної преси,

Інформаційні ресурси

1. <https://detector.media/>
2. <https://imi.org.ua/>
3. <https://texty.org.ua/>
4. НСЖУ <https://nsju.org/yuridichna-konsultacziya/>
5. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення
<http://nrada.gov.ua>
6. Верховна Рада України. Законодавство України.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Викладання курсу «Проблематика медій (соціальна, правова)», контроль й оцінювання знань і вмінь студентів спрямовані на дотримання вимог академічної доброчесності (*Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича* (<https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>), *Положення про виявлення та запобігання плагіату в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича* (https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf)).

Студенти несуть особисту відповідальність за випадки їхнього порушення, враховуючи плагіат, списування, підказування тощо. У разі виявлення академічної недоброчесності вперше бали, зараховані студентові/ці за виконане завдання, скасовуються. Повторна практика недоброчесності може призвести до анулювання всіх нарахованих за курс балів.