

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Факультет журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ**

з дисциплін блоку «Науково-практичні дослідження в журналістиці: «Основи наукових досліджень галузі»; «Контент-маркетинг у цифрових медіа»; «Медіааналітика»

<b>Курс</b>	1 курс
<b>Спеціальність</b>	061 Журналістика
<b>Освітня програма</b>	061.00.01 Журналістика
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)
<b>Форма проведення</b>	Письмова (комп'ютерне тестування)
<b>Тривалість проведення</b>	2 академічні години (1 год. 20 хв.)
<b>Максимальна кількість балів</b>	40 балів (1 правильна відповідь на тестове завдання — 1 бал; усього 40 тестових завдань), у т. ч.: <ul style="list-style-type: none"><li>• з дисципліни <i>Сучасні медіатехнології</i> — 20 балів</li><li>• з дисципліни <i>Медіатекст в контексті масової комунікації</i> — 20 балів</li></ul>
<b>Критерії оцінювання</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 40–38 балів — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу, з можливими незначними недоліками;</li><li>• 37–35 балів — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок;</li><li>• 34–30 балів — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок;</li><li>• 29–25 балів — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності;</li><li>• 24–20 балів — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь);</li><li>• 19–0 балів — нездовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання.</li></ul>
<b>Перелік допоміжних матеріалів</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Комп'ютерна техніка</li><li>• доступ до мережі Інтернет,</li><li>• підключення до платформи Hangouts Meet</li></ul>
<b>Орієнтовний перелік питань</b>	з дисципліни <i>Основи наукових досліджень галузі</i> 1. Сучасні наукові інноваційні технології журналістських платформ. 2. Поняття інформаційної та комунікаційної конвергентної системи журналістської діяльності.

3. Особливості реалізації інформації на сучасних кросмедійних платформ у журналістиці
4. Новітні системи управління інноваційною діяльністю у сучасній галузі.
5. Програмне забезпечення інноваційної діяльності у сучасних соціальних комунікаціях.
6. Демонстрація предмета інформаційного приводу в інноваційні та науковій діяльності галузі.
7. Фактори оптимізації та перевірки дієвості інноваційних рішень у галузі соціальних комунікацій.
8. Журналістика даних як базис крос-медійної комунікації.
9. Соціологічні й психологічні моделі комунікацій.
10. Специфіка створення контенту в сучасних прикладних соціально-комунікативних технологіях
11. Джерела та інформаційні бази як складова створення контексту в сучасних прикладних соціально-комунікативних технологіях
12. Технології застосування спеціальних методів комунікації
13. Методологія оцінки ефективності комунікації
14. Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції
15. Комунікативні технології в сфері PR
16. Комунікативні технології в сфері політики та виборчих технологій
17. Побудова комунікацій під час кризи.
18. Соціально-психологічне визначення науки та методів наукового дослідження.
19. Поняття про методологію наукового дослідження, види та функції досліджень.
20. Методика вибору проблеми та теми дослідження, формування ідеї та гіпотези.
21. Стадії наукових досліджень: організаційна, дослідна, узагальнення, апробація, реалізація результатів.
22. Принципи наукової роботи: творчий підхід, мислення, плановість, динамічність, колективність, самоорганізація, економічність, критичність і самокритичність, робота над собою, діловитість, енергійність, практичність. Їх визначення та сутність.
23. Співвідношення емпіричного і теоретичного в формуванні теорії.
24. Теорія — як система достовірних знань про дійсність, яка описує, пояснює, передбачає явища конкретної предметної галузі.
25. Загальна схема наукового дослідження, та його складові.
26. Поняття, терміни та роль інформації в проведенні наукових досліджень.
27. Отримання і аналіз первинної інформації.
28. Інформація в інформаційно-пошукових системах бібліотек та установах науково-технічної інформації.

29. Процес збору та аналізу наукової інформації.  
30. Підсистеми методології наукових досліджень.

з дисципліни *Медіааналітика*

1. Поняття медіааналітики.
2. Функції медіааналітики.
3. Основні та додаткові функції медіааналітики на сучасному етапі розвитку журналістикознавства.
4. Інструментарій медіааналітики.
5. Основні методи проведення медіааналітичних досліджень.
6. Сфери застосування контент-аналізу.
7. Значення моніторингу медіа та спостереження як методу.
8. Особливості аналізу рейтингів.
9. Основні наукові підходи до медіааналітики.
10. Інструментарій проведення медіааналітичних вимірювань та досліджень.
11. Основні проблеми та тенденції в медіааналітиці.
12. Загальна характеристика жанрів медіааналітичних досліджень.
13. Основні жанри медіааналітичних досліджень.
14. Переваги та недоліки огляду як жанру медіааналітики.
15. Переваги, недоліки, особливості огляду як жанру медіааналітики.
16. Переваги, недоліки, особливості розслідування як жанру медіааналітики.
17. Переваги, недоліки, особливості авторських експертних колонок як жанру медіааналітики.
18. Як медіааналітичні дослідження впливають на роботу масмедіа в Україні.
19. «Білий список» українських ЗМІ: критерії відбору та проблемні питання щодо об'єктивності визначення.
20. Аналіз як метод: підходи до розуміння та сфери застосування.
21. Контент-аналіз як якісно-кількісний метод.
22. Види контент-аналізу.
23. Кількісний і якісний контент-аналіз.
24. Ненаправлений і спрямований контент-аналіз.
25. Фронтальний і рейдовий контент-аналіз.
26. Контент-аналіз: поняття, характеристика, проблеми у застосуванні.
27. Загальна характеристика різних видів контент-аналізу.
28. Кількісний і якісний контент-аналіз.
29. Ненаправлений та спрямований контент-аналіз.
30. Фронтальний і рейдовий контент-аналіз

з дисципліни *Контент-маркетинг у цифрових медіа*

1. Системи сучасних комунікацій та їх місце у загальній системі медіа

2. та медіамаркетингу.
3. Вибір пріоритетних каналів комунікації відповідно до цілей та задач.
4. Види та класифікація цифрових медіа.
5. Особливості контенту цифрових медіа.
6. Tone of voice.
7. Основні етапи створення контент-плану.
8. Визначення цільової аудиторії, визначення цілей публікації.
9. Вивчення конкурентів.
10. Підбір майданчиків з високою концентрацією цільової аудиторії.
11. Огляд інструментів для створення контент-плану.
12. Аналіз постингу.
13. Сервіси відслідковування активності у цифрових медіа.
14. Розробка візуальної концепції контенту.
15. Тренди візуального оформлення.
16. Правила оформлення профілю у цифрових медіа.
17. Колористика.
18. Робота з фото та відео.
19. Робота з фотобанками.
20. Види та типи рекламних кампаній.
21. Аналіз ефективності просування.
22. Блогосфера в системі сучасних соціальних мереж.
23. Колаборації та партнерства з іншими брендами.
24. Таргетинг.
25. Основні етапи створення контент-плану.
26. Визначення цільової аудиторії, визначення цілей публікації.
27. Підбір майданчиків з високою концентрацією цільової аудиторії.
28. Огляд інструментів для створення контент-плану.
29. Сервіси відслідковування активності у цифрових медіа.
30. Візуальна концепція контенту

Завідувач кафедри

  
I. V. Погребняк

Екзаменатор:

  
O. A. Мітчук