

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

 Олексій ЖИЛЬЦОВ

« _____ » 2024 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

АНГЛОМОВНЕ КРЕАТИВНЕ ПИСЬМО

для здобувачів

Рівня вищої освіти *другого (магістерського)*

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітніх програм *061.00.01 Журналістика*

061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю

061.00.06 Контент-продюсування цифрових медіапроектів

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>3043/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
	
(підпис)	(прізвище, ім'я, по батьку)
« _____ »	20 <u>24</u>

Київ – 2024

Розробники:

ХАРЧЕНКО Олег, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи

Викладачі:

ХАРЧЕНКО Олег, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри медіапродюсування та видавничої справи

Протокол від 18 січня 2024 року № 7

Завідувач кафедри _____ Надія ФІГОЛЬ

Робочу програму перевірено

_____ 2024 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи _____ Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. _____, «__» 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____, «__» 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____, «__» 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____, «__» 20__ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	1	
Семестр	2	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	40	
Модульний контроль	10	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	70	
Форма семестрового контролю	залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є розширення знань та вмінь щодо англомовної письмової комунікації; культури англомовного креативного письма, створення професійного та аматорського контенту, формування власного стилю написання та вміння вільно оперувати низкою літературно-стилістичних прийомів, що активно використовуються в сучасному англомовному середовищі, при створенні брендів, рекламних та журналістських текстів, видавничого та PR продукту, застосування соціальних мереж для реалізації прагматично поставлених комунікативних стратегій.

Завдання дисципліни передбачають:

- формувати *загальні компетентності*:
 - Здатність володіння державною та іноземною мовами на високому рівні, володіння навичками комунікації, формування текстового журналістського та рекламного контенту.
 - Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки інформації, і правильності обраної стратегії розв'язання завдань, з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним.
 - Здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК03).
 - Здатність до когнітивної гнучкості; здатність здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з вже набутими; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори,

причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань при заміні умов та нестандартних ситуаціях.

- Здатність до виявлення та задоволення потреб споживачів медіа ринку.
- Здатність до комплексного розв'язання проблем, формування суджень та ухвалення рішень; здатність грамотно ставити завдання і ефективно їх виконувати для досягнення високого результату.
- Здатність на високому рівні здійснювати дослідження в галузі соціальних комунікацій, працювати з даними, формувати аналітику.
- Володіння сучасними інформаційними ресурсами і технологіями. Інформаційна ІКТ-грамотність.
- Здатність застосовувати методи самопізнання і соціальної діагностики задля ефективного управління власної кар'єри
- *формувані спеціальні компетентності:*
 - Здатність розуміти особливості суспільних процесів, мати знання з правових та етичних засад журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, володіти процесами журналістської діяльності, здатність до прогнозування майбутнього журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, здатність до виокремлення проблеми в професійній діяльності, здатність до володіння науковими методами збору даних, уміння застосовувати методи аналізу та обробки даних у галузі журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, здатність до впровадження новітніх інформаційних технологій.
 - Здатність чітко оцінювати потреби медіа ринку шляхом проведення моніторингової діяльності, аналізуючи контекст, формуючи відповідний англomовний контент.
 - Здатність до планування медіапроцесу; дотримання часових вимог подання матеріалу (дедлайн); здатність працювати у нестандартних умовах, непередбачуваних ситуаціях; уміння налагодити комунікацію у різних соціальних групах; володіти технологіями цифрової безпеки.
 - Здатність до надання відповідних англomовних рекламних, журналістських та видавничих послуг із застосуванням відповідного інструментарію при їх виробництві та просуванні.
 - Здатність до володіння сучасними digit-комунікаціями, робота з англomовним журналістським, рекламним та PR-контентом різних форматів із дотриманням професійних стандартів.
 - Здатність креативно мислити і використовувати інновації при створенні власної англomовної реклами, журналістського та мультимедійного контенту.

- Уміння використовувати ґрунтовні знання іноземної та державної мови у професійній діяльності, професійній комунікації, міжособистісному спілкуванні, формуванні англomовного журналістського та рекламного, видавничого та PR-продукту.

3.Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

- Генерувати англomовний мультимедійний контент. Використовувати знання зі специфіки створення і функціонування ЗМІ. Використовувати стандарти інформаційної діяльності.
- Створювати грамотний англomовний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей

Кабінет комунікаційно-інформаційних технологій (ауд. 320).

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт					
	усього	Аудиторна				Самостійна
		Лекції	Практичні	Семінарські	Модульні	
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Англомовний Брендинг						
Тема 1. Вступ до дисципліни. Формування англомовного бренду. Місія, легенда, слоган, цінності, побажання, архетип.	7	2				5
Тема 2. Формування візуальної складової бренду. Лого, кольори, фірмовий стиль.	7		2			5
Тема 3. Створення англомовного материнського (майстер) бренду, парасолькового бренду, лайн-бренду.	7		2			5
Тема 4. Створення персонального бренду.	9		4			5
Модульна контрольна робота 1	2				2	
Разом за змістовим модулем 3	32	2	8		2	20
Змістовий модуль 2. Копірайтинг для англомовних мультимедіа						
Тема 5. Написання PR прес-релізу	7		2			5
Тема 6. Створення англомовної іміджевої статті.	7		2			5
Тема 7. Написання англомовного піар-тексту.	7		2			5
Тема 8. Наймінг. Створення неологізмів як різновид наймінгу.	9		4			5
Модульна контрольна робота 2	2				2	
Разом за змістовим модулем 2	32		10		2	20
Змістовий модуль 3. Копірайтинг для мереж Інтернету						
Тема 9. Написання англомовної рекламної статті (бізнес-рев'ю, тощо). Успішний заголовок, слоган, текст і фраза відлуння.	7		2			5
Тема 10. Створення англомовної нестандартної реклами. Стилiстичні та комунікаційні особливості.	7		2			5
Тема 11. Написання англомовного тексту для презентації.	7		2			5
Тема 12. Побудова ефективного	9		4			5

рекламного тексту великого обсягу.						
Модульна контрольна робота 3	2				2	
Разом за змістовим модулем 3	32		10		2	20
Змістовий модуль 4. Мультимедійний контент у світлі літературної журналістики						
Тема 13. Стаття-думка (opinion article). Стилiстичні, літературні та структурні особливості.	7		2			5
Тема 14. Тематична стаття (feature). Стилiстичні, літературні та структурні особливості.	2		2			
Тема 15. Блогерська стаття для сайту. Стилiстичні, літературні та структурні особливості.	2		2			
Тема 16. Стаття-список (article-listicle). Стилiстичні, літературні та структурні особливості	9		4			5
Модульна контрольна робота 4	4				4	
Разом за змістовим модулем 4	24		10		4	10
Разом годин за семестр	120	2	38		10	70

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Англомовний Брендинг

Лекція 1. Вступ до дисципліни. Формування англомовного бренду. Місія, легенда, слоган, цінності, побажання, архетип.(2 год.)

Практичне заняття 2. Формування візуальної складової бренду. Лого, кольори, фірмовий стиль.(2 год.)

Практичне заняття 3. Створення англомовного материнського (майстер) бренду, парасолькового бренду, лайн-бренду. (2 год.)

Практичне заняття 4. Створення персонального бренду на англійській мові. (4 год.)

Змістовий модуль 2.

Копірайтинг для англомовних мультимедіа

Практичне заняття 5. Написання PR пресрелізу. Структура та прийоми написання.(2 год.)

Практичне заняття 6. Створення іміджевої статті. Структура та прийоми написання.(2 год.)

Практичне заняття 7. Написання англомовного піар-тексту. Структура та прийоми написання. (2 год.)

Практичне заняття 8. Наймінг. Створення неологізмів як різновид наймінгу. (4 год.)

Змістовий модуль 3.

Копірайтинг для мереж Інтернету

Практичне заняття 9. Написання англомовної рекламної статті (бізнес-

рев'ю). Успішний заголовок, слоган, текст і фраза відлуння. (2 год.)

Практичне заняття 10. Створення англомовної нестандартної реклами. Стилiстичнi та комунiкацiйнi особливостi. (2 год.)

Практичне заняття 11. Написання англомовного тексту для презентацiї. (2 год.)

Практичне заняття 12. Побудова ефективного рекламного тексту великого обсягу. (4 год.)

Змiстовий модуль 4.

Мультимедiйний контент у свiтлi лiтературної журналістики

Практичне заняття 13. Стаття-думка (opinion article). Стилiстичнi, лiтературнi та структурнi особливостi. (2 год.)

Практичне заняття 14. Тематична стаття (feature). Стилiстичнi, лiтературнi та структурнi особливостi. (2 год.)

Практичне заняття 15. Блогерська стаття для сайту. Стилiстичнi, лiтературнi та структурнi особливостi. (2 год.)

Практичне заняття 16. Стаття-список (article-listicle). Стилiстичнi, лiтературнi та структурнi особливостi. (4 год.)

Критерiї оцiнювання практичних завдань

<i>Максимальна кількість балів - 10+1 бал за присутність</i>	<i>Критерiї оцiнювання</i>
<i>10 -11 балів</i>	Завдання виконані якісно (90% - 100% виконання усіх розділів практичної роботи. Завдання для практичної роботи виконані в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, стилістично правильно, без граматичних та орфографічних помилок.
<i>7-9 балів</i>	Завдання виконані якісно з достатньо високим рівнем правильних відповідей (89% - 75% виконання усіх розділів практичної роботи. Завдання для практичної роботи виконані в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, але з невеликими граматичними та орфографічними помилками щодо викладу матеріалу.
<i>4-6 балів</i>	Завдання виконані якісно з середнім показником правильних відповідей (74% - 60% виконання всіх розділів практичної роботи. Завдання для практичної роботи виконані в повному обсязі, але з порушеннями, стилістичні помилками, певними граматичними та орфографічними помилками, неточностями.
<i>2 – 3 балів</i>	Завдання виконано частково (виконання 50% -60% усіх розділів практичної роботи. Завдання для практичної роботи виконані не в повному обсязі, з очевидними стилістичними, граматичними та орфографічними помилками.
<i>0 - 1 балів</i>	Завдання майже не виконано (виконання 49% усіх розділів практичної роботи. Більшу частину практичних завдань не виконано, завдання для виконані з численними стилістичними, граматичними та орфографічними помилками.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1						
Відвідування семінарських занять									
Відвідування на практичному занятті	1	4	4	5	5	5	5	5	5
Робота на семінарському занятті									
Робота на практичному занятті	10	4	44	5	55	5	55	5	55
Лабораторна робота (в тому числі допук, виконання, захист)									
Виконання завдань для самостійної роботи	5	5	25	5	25	5	25	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	2	50
Виконання ІНДЗ									
<i>Разом</i>	439		99		110		110		120
Максимальна кількість балів		439							
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $439:100=4,39$							

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. Англомовний Брендінг

Завдання 1. Наведіть англомовні визначення таких складових бренду як місія, легенда, слоган, цінності, побажання, архетип.

Завдання 2. Наведіть англомовні визначення візуальних складників бренду.

Завдання 3. Створіть материнський бренд продукту українського виробника

Завдання 4. Створіть парасольковий бренд продукту українського виробника

Завдання 5. Сформулюйте власний персональний бренд.

Змістовий модуль 2. Копірайтинг для англомовних мультимедіа

Завдання 6. Дайте англомовні визначення усім складовим PR прес-релізу.

Завдання 7. Напишіть англomовний PR прес-реліз на 300-500 слів.

Завдання 8. Зробіть переклад іміджевої статті британського чи американського автора на 300-500.

Завдання 9. Напишіть власну англomовну іміджеву статтю, що стосується української компанії або її керівника, яка містить 300-500 слів.

Завдання 10. Напишіть власний англomовний PR-текст.

Змістовий модуль 3. Копірайтинг для мереж Інтернету

Завдання 11. Зробіть переклад англomовної рекламної статті, написаної сучасним британським чи американським автором, що містить 300-500 слів.

Завдання 12. Напишіть власну англomовну рекламну статтю на 300-500 слів.

Завдання 13. Створіть нестандартну рекламу нашого університету.

Завдання 14. Напишіть англomовний текст презентації книги українського автора.

Завдання 15. Напишіть англomовну статтю, що рекламує продукт вироблений в Україні.

Змістовий модуль 4. Мультимедійний контент у світлі літературної журналістики

Завдання 16. Напишіть статтю-думку (opinion article), що стосується рекламного чи видавничого бізнесу України, на 350-500 слів. Зробіть літературно-стилістичний аналіз вашої статті. Стаття може мати гумористичну або іронічну тональність.

Завдання 17. Напишіть тематичну статтю (feature), що описує ваше студентське життя (campus feature), на 350-500 слів. Зробіть літературно-стилістичний аналіз вашої статті. Стаття може мати гумористичну або іронічну тональність.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом і здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем

робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів, написання мультимедійного контенту англійською мовою тощо. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 5, виконання кожної роботи є обов’язковим.

Модульна контрольна робота № 1.

Завдання: Створіть англomовний материнський бренд. Врахуйте такі складові як місія, легенда, слоган, цінності, побажання, архетип, лого, візуальні складові. 2. Створіть персональний (self-presentation) бренд.

Модульна контрольна робота № 2.

Завдання: 1. Напишіть власний прес-реліз англійською мовою. 2. Напишіть власну іміджеву статтю на 500 слів.

Модульна контрольна робота № 3.

Завдання: 1. Напишіть англomовну статтю з рекламою продукту українського виробництва у формі бізнес ревію (business review) на 300-500 слів. 2. Створіть англomовний текст для презентації книги українського автора на 300-500 слів.

Модульна контрольна робота № 4.

Завдання: 1. Напишіть власну англomовну статтю-думку, що стосується рекламного або видавничого бізнесу України на 300-500 слів. 2. Напишіть власну статтю список з порадами (article-listicle) на рекламну або видавничу тематику, що містить 300-500 слів. Гумористичні варіанти можливі.

Модульна контрольна робота № 5.

Завдання: 1. Напишіть блогерську статтю на 350-500 слів для сайту, що рекламує книжки українських авторів. Стаття може мати гумористичну або іронічну тональність. 2. Напишіть блогерську статтю на 350-500 слів на вільну тематику для Грінченко-інформ. Стаття може мати гумористичну або іронічну тональність.

Критерії оцінювання модульної контрольної

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

<i>Максимальна кількість балів – 25</i>	<i>Критерії оцінювання</i>
25 – 20	Завдання виконані якісно (90% –100% виконання усіх розділів модульної (контрольної) роботи).
19 –15	Завдання виконані якісно з достатньо високим рівнем правильних відповідей (89% - 75% виконання усіх розділів модульної (контрольної) роботи).
14 – 10	Завдання виконані якісно з середнім показником правильних відповідей (74% - 50% виконання всіх розділів модульної (контрольної) роботи).
9 – 1	Завдання не виконано (виконання 49% усіх розділів модульної (контрольної) роботи).

6.3. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів в кінці семестру проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

8. Список рекомендованої літератури

Основна література:

1. Денисюк С. Г. Комунікологія: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2015. 102 с.
2. Зінсер В. Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів. К: Наш Формат, 2018. 288 с.
3. Каплунов В. Нейрокопірайтинг. Київ: Фабула, 2018. 352 с.

Додаткова література:

4. Остервальдер О., Піньє І, Бернарда Г., Смит А. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти, 2018. 348 с.
5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник. К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. 506 с.
6. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. Електрон. ресурс. Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidchnyk.pdf
7. Штовба О.В. Товарний брендинг в маркетинзі та комунікативному менеджменті: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2014. Електрон. ресурс. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/280873566_Tovarnij_brending_v_marketing
8. Центр гуманітарних технологій. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://gtmarket>.
9. Майсюра, О. М. Про ефективність використання особистого часу (до питання тайм-менеджменту). Актуальні проблеми економіки. 2010. N 2. С. 196-201.
10. Бізнес-адміністрування: магістерський курс : підручник / за заг. ред. Л.Г. Мельника, С.М. Ілляшенка, І.М. Сотник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 896 с.
11. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.
12. Григорчук Т.В. Брендінг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities/
13. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://posibniki.com.ua/post-brending-sutnist-brenda>
14. Європейська асоціація українців [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrassociation.eu>
15. Дослідження сприйняття України. Бренд «Україна». (позиціонування української держави за кордоном) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://brandukraine.org/k/>
16. Що для Вас Україна і хто такі українці? Проведення соціологічних досліджень з метою визначення бачення іміджу України з боку вітчизняних

- громадян та сприйняття нашої держави іноземцями, що перебувають в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://brandukrainepoll.com/results/>
17. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. — Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. — 104 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://lib.sumdu.edu.ua>
18. Крайнюченко О. Ф., Габор О. О. Етапи процесу створення та розвитку бренда: формування ДНК бренда. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15238/1/>
18. Крилов А. В. Бренд і суспільство – поділ цінностей. Енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru/libcomm/brand/brand_differ.htm
19. Управління брендом як процес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://persona.pumb.ua/ua/club/digest/detail.php?CODE=upravleniebrendom-kak-protsess>
20. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник. К.: МАУП, 2001. 104 с.
21. Харук, К. Б. Діагностика тайм -менеджменту підприємств на засадах бізнес - індикаторів: ефективність та продуктивність [Текст] / К. Б. Харук, Р. М. Скриньковський, Н. М. Крукевич // Економіка та держава. – 2015. – № 1. – С. 56 -59.
22. Чернишова, М. Планування професійної діяльності майбутніх менеджерів: тайм - менеджмент [Текст] / М. Чернишова // Нові технології навчання. – 2013. – Вип. 75. – С. 158 -162
23. Shpak V., Osmolovska O., Masimova L., Romaniuk N. Inclusive literature as an innovative marketing resource of publishing activities. *Innovative Marketing*, 2020. 16(2), 71-79. doi:10.21511/im.16(2).
24. Voskoboinikova-Huzieva O., Masimova L., Vernyhora, N., Soshynska V. Digital Culture and Digital Media: Professional Competences // *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)* ISSN: 2278-3075, Volume-9 Issue-3, January 2020. pp. 282-288.
25. Yezhyzhanska T., Krainikova T., Masimova L. Book PR: do readers influence on the communication of publishing company? *Innovative Marketing*. Volume 15 2019, Issue #4, pp. 66-77. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.06](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(4).2019.06) (Scopus)
26. Zhenchenko M., Melnyk O., Miroshnychenko V., Zhenchenko, I. Electronic Textbooks for Ukrainian Education: Statistics, Models of Development, Quality Problems, 2020 // *CEUR Workshop Proceedings*. 2020. Vol. 27-32. pp.721-733. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2732/20200721.pdf>