ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни **«Особливості створення та просування глянцю»**	
Курс	курс IV
Освітня програма	061.00.01 Журналістика першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Форма проведення: **письмова / усна / комбінована**	Письмова (студентам пропонується виконати тестові завдання різних типів)
Тривалість проведення:	2 години на написання
Максимальна кількість балів: **40 балів**	40 балів
Критерії оцінювання:	36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації); 30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації); 25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації); 1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).
Перелік допоміжних матеріалів:	Програма, таблиця оцінювання знань студентів, ЕНК
Орієнтовний перелік питань:	1. Зміст та обсяг поняття «“ґлянцеве” медіа». Основні концепції в «ґлянцевій» журналістиці, що визначають її стиль. 2. Ключові події та постаті в історії становлення «ґлянцевих» видань. 3. Види «ґлянцевих» медіа, їхні основні відмінності. 4. Функції та вплив «ґлянцю» на стиль життя, сучасні стандарти краси, моду, культурні цінності, індивідуальний розвиток людей та споживацьку поведінку. 5. Порівняльна характеристика «ґлянцевої» журналістики з

	журналістськими матеріалами в інших медіа. 6. Етапи створення «ґлянцевого» видання. 7. Процес підготовки номера «ґлянцевого» журналу. 8. Вибір журналістського жанрового формату та правила його створення. 9. Принципи «модної» фотографії та основні етапи формування дизайну, верстки та графічного оформлення «ґлянцю». 10. Створення контент-плану та структури видання й розподіл рубрик. 11. Принципи журналістської етики в «ґлянцевій» журналістиці. 12. Етичні аспекти створення та публікації матеріалів у «ґлянцевих» виданнях. 13. Методи та стратегії для збереження редакційної незалежності в «ґлянцевих» виданнях. 14. Етичні виклики у створенні інформаційного «ґлянцевого» наповнення. 15. Негативний та позитивний вплив «ґлянцевих» медіа на формування суспільної думки. 16. Грамотність журналістів «ґлянцю». 17. Типологія помилок у «ґлянцевих» медіа. 18. Мовний стиль в «ґлянцевій» журналістиці та його адаптація до аудиторії. 19. Пропонови щодо слововживання та стилю для покращення мовного оформлення «ґлянцевого» тексту. 20. Основні види помилок у «ґлянцевій» мові соціальних мереж, шляхи їхнього усунення для поліпшення якості контенту. 21. Сучасний ринок «ґлянцевих» видань у друкованому вигляді та цифровому форматі, їхня цільова аудиторія. 22. Архетипи бренда. Створення бренда. 23. Стратегії отримання прибутку у «ґлянцевій» індустрії. 24. Франшизи зарубіжних «ґлянцевих» видань на українському медіаринку.

	25. Методи та стратегії просування «ґлянцевих» видань. 26. Масштабування «ґлянцевого» бренда на ринку. 27. Інновації у «ґлянцевих» медіа. 28. Практичні аспекти інформаційної кампанії про соціальну відповідальність в «ґлянцевих» медіа. 29. Управління брендом та кризовими ситуаціями в медіасередовищі. 30. Творче використання соціальних медіа для просування «ґлянцевих» брендів.
Екзаменатор ___Харкевич Н.В._____	
Завідувач кафедри _____	