

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филологический факультет**

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Ученого совета
филологического факультета
протокол № 6 от 26.02.2019 г.

Председатель Ученого совета
 Артамонова И.М.



ПРОГРАММА

профильного экзамена по специальности
для абитуриентов, поступающих на обучение
по образовательной программе

МАГИСТРАТУРЫ

на направление подготовки:

42.04.02 «Журналистика»

Донецк, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СДАЧЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ.....	6
2. СТРУКТУРА ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА.....	7
3. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ	7
4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПИСЬМЕННЫХ ОТВЕТОВ НА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЯХ	10
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	12

ВВЕДЕНИЕ

Согласно Закону ДНР «Об образовании», ст. 66 «Высшее профессиональное образование», к освоению программ магистратуры допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образование любого уровня, т.е. бакалавриата или специалитета. Прием на обучение по образовательным программам магистратуры осуществляется по результатам вступительных испытаний (конкурсного отбора), проводимых образовательной организацией самостоятельно.

Лица, имеющие диплом бакалавра (специалиста) и желающие освоить образовательную программу по направлениям подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и 42.04.02 «Журналистика», зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются факультетом с целью установления у поступающего наличия следующих компетенций:

общекультурных компетенций:

- культура мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- способность анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы;
- умение использовать знания о современной естественнонаучной картине мира в образовательной и профессиональной деятельности, применять методы математической обработки информации, теоретического и экспериментального исследования;
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- готовность использовать основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, работать с компьютером как средством управления информацией;
- владение одним из иностранных языков на уровне, позволяющем получать и оценивать информацию в области профессиональной деятельности из зарубежных источников;
- понимание сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, осознание опасности и угроз, возникающих в этом

процессе, соблюдение основных требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;

- толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям;

- понимание движущих сил и закономерностей исторического процесса, места человека в историческом процессе, политической организации общества;

- умение использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики.

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

общефессиональных компетенций:

- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности;

- использование систематизированных теоретических и практических знаний гуманитарных, социальных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;

- владение основами речевой профессиональной культуры;

- ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

- владение одним из иностранных языков на уровне профессионального общения;

- обладание базовыми навыками создания текстов профессионального и социально значимого содержания, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга;

- умение ориентироваться в основных мировых тенденциях развития сферы массовой коммуникации, понимание процессов конвергенции;

- знание общих и отличительных черт различных средств массовой коммуникации (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные медиа, рекламные агентства, организации по связям с общественностью), их типов и видов, базовых технологических признаков;

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- понимание значения этических ориентиров и регуляторов деятельности в сфере массовой коммуникации;

- понимание роли аудитории в процессе потребления и производства

массовой информации, наличие представления об основных характеристиках аудитории современных СМК, знание основных методов ее изучения;

- умение ориентироваться в психологических и социально-психологических аспектах функционирования СМК;

- наличие представления об основных экономических регуляторах деятельности СМК в условиях рыночных отношений;

- способность осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

профессиональных компетенций:

- способность принимать участие в управлении и организации работы средств массовой коммуникации (редакций печатных изданий, телерадиокомпаний, интернет-изданий, рекламных служб и служб по связям с общественностью), осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль деятельности в сфере массовой коммуникации;

- умение собирать необходимую информацию (работать с источниками информации, применять разные методы), осуществлять ее проверку, селекцию и анализ;

- умение оперативно готовить материалы с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМК, в различных жанрах, форматах для размещения на различных мультимедийных платформах – печатных, вещательных, онлайн-овых, мобильных;

- умение редактировать печатный текст, аудио-, видео- или интернет-материал, приводить его в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМК разных типов;

- умение осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМК, органов управления, служб изучения общественного мнения, рекламных и ПР-агентств, аудитории;

- способность формировать проекты в сфере массовой коммуникации и владение методами их реализации;

- умение осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта;

- умение участвовать в коллективном анализе деятельности СМК и анализировать результаты собственной работы (профессиональная рефлексия);

- умение обеспечивать (в соответствии с должностными обязанностями) продвижение медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку;

- умение принимать участие в организации социально-значимых

информационно-коммуникативных акций (общественных обсуждений, дискуссий, дебатов и т. п.);

- умение организовывать интерактивное общение со своей аудиторией в разных формах, устанавливать информационно-коммуникативные связи, используя различные медийные средства и новейшие информационные технологии;

- умение участвовать в обеспечении общественного резонанса публикаций, передач;

- умение участвовать в процессе производства и выпуска печатного и интернет-издания, теле-, радиопрограммы, рекламной и ПР-продукции (верстке печатной продукции, монтаже аудио-, видеоматериала) в соответствии с технологическим циклом и на базе современных технологий.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СДАЧЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительное испытание для магистров по направлениям подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и 42.04.02 «Журналистика» включает комплекс заданий по:

- теории журналистики, теории рекламы и связей с общественностью, теории массовой коммуникации (общее понятие о системе СМК, журналистских, рекламных и ПР-жанрах, массовых коммуникациях, их системе и функциях);
- анализу журналистского, рекламного и ПР-текста (с выполнением задания творческого характера);
- этике журналистской, рекламной и ПР-деятельности (с выполнением практического задания);
- тележурналистике (с выполнением практического задания);
- радиожурналистике (с выполнением тестового задания);
- медиаправу (общее представление о нормах, регулирующих медийную сферу);
- экономике СМК (общее представление об экономических основах деятельности в сфере СМК, редакционном маркетинге, менеджменте в медиасфере);
- рекламной и ПР-деятельности (общее понятие о рекламе и ПР-деятельности, видах рекламы, технологиях рекламы и ПР в различных сферах)

2. СТРУКТУРА ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Каждому поступающему выдаются вступительные задания, в которых содержатся:

- двадцать тестовых вопросов по теории журналистики, теории рекламы и связей с общественностью, теории массовой коммуникации;
- четыре вопроса по этике в сфере массовой коммуникации;
- два вопроса по радиожурналистике;
- два вопроса и творческое задание по тележурналистике;
- два вопроса по медиаправу;
- два вопроса по экономике СМК;
- три вопроса и творческое задание по рекламе и ПР;
- творческое задание;
- журналистский, рекламный, ПР-текст для анализа по предложенной схеме.

3. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого совета
филологического факультета
протокол № 6 от 26.02.2019
Председатель Ученого совета
_____Артамонова И.М.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»
Факультет филологический

Профильный экзамен по	_____	СПЕЦИАЛЬНОСТИ _____
Образовательная программа		магистратура
Форма обучения		очная / заочная
Направление подготовки/специальность	42.04.02	Журналистика

Теория журналистики, теория массовой коммуникации

1. Система журналистики - это:

- а) пресса, радио, телевидение;
- б) издатели, журналисты, редакторы;
- в) единство элементов и функций массовой коммуникации.

2. Какая из этих функций является продуктом фактора общественных интересов?

- а) организаторская;
- б) контрольная;
- в) кумулятивная.

3. Когда создается единое информационное пространство?

а) когда СМИ помогают членам общества, различным социальным группам общаться, взаимодействовать друг с другом, чтобы вместе участвовать в различных видах социальной деятельности;

б) когда СМИ обеспечивает такое регулирование массовой информации, которое способствует осуществлению информационной политики юридических элит;

в) единое информационное пространство не может создаться, ибо существуют группы населения с противоположными политическими взглядами.

4. К принципам журналистики относят:

- а) толерантность;
- б) патриотизм;
- в) прагматизм.

5. Как изменилась профессия журналиста под влиянием новых медиа?

- а) журналистика стала более любительской;
- б) журналистика стала более творческой;
- в) журналистика стала более универсальной.

Ответы на задания вступительного испытания

1 - а 2 - б 3 - а 4-б 5 – в

Теория журналистики. Журналистские жанры

1. Какой из приведенных жанров предполагает наименьший объем текста и не требует заголовка:

- а) корреспонденция;
- б) заметка;
- в) хроникальное сообщение;
- г) некролог.

2. Два из трех ведущих методов получения информации - это общение с людьми и работа с документами. Какой третий?

- а) расследование;
- б) наблюдение;
- в) эксперимент;

г) постановление.

3. Лид информационного сообщения строится по принципу:

- а) многогранника;
- б) перевернутой призмы;
- в) треугольника;
- г) перевернутой пирамиды.

4. Аналитическую журналистику называют ...

- а) исследовательской;
- б) придирчивой;
- в) расследовательской;
- г) фактографической.

5. Не является аналитическим жанром ...

- а) статья;
- б) рейтинг;
- в) эссе;
- г) рецензия.

Ответы на задания вступительного испытания

1 - в

2 - б

3 - г

4 - а

5 - в.

Теория рекламы и связей с общественностью

1. Первые американские рекламные агентства специализировались на:

- а) составлении рекламных обращений;
- б) проведении рекламных исследований;
- в) перепродаже газетных площадей рекламодателям.

2. Главным принципом взаимодействия с внешней средой в ПР является:

- а) обеспечение обратной связи
- б) полнота направляемой информации
- в) регулярность информирования

Ответы на задания вступительного испытания

1 – в

2 - а

Схема анализа текста

1. Сформулировать тему и идею текста.
2. Определить главное сообщение в тексте.
3. Аргументация и виды использованных аргументов.
4. Выделить ключевые слова.
5. Проанализировать структурные компоненты текста:
 - заголовок, заголовочный комплекс (тип, функции, взаимодействие с текстом, лингвистическая характеристика);
 - лид (зачин) (тип, функции, взаимодействие с текстом, лингвистическая характеристика);
 - абзац (логичность распределения текста на абзацы);
 - окончания (тип, функции, взаимодействие с текстом, лингвистическая характеристика).
6. Определить и аргументировать жанр журналистского текста (информационный, аналитический, художественно-публицистический).

Председатель Приемной комиссии

С.В. Беспалова

Председатель экзаменационной
комиссии

И.М. Артамонова

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПИСЬМЕННЫХ ОТВЕТОВ НА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЯХ

Поступающие должны **знать и понимать**:

- Основные термины и понятия журналистиковедения, рекламоведения и связей с общественностью, законы функционирования журналистики, рекламы и ПР в обществе.
 - Политический, правовой и исторический контекст журналистики, рекламы и ПР.
 - Принципы анализа и оценки дискурса в сфере массовой коммуникации.
- Также студент должен **уметь**:
- осуществлять анализ и оценку медиа-материала посредством использования соответствующих инструментов и методов;
 - критически осмысливать роль СМК в современной жизни общества;
 - выявлять способность к самооценке и ответственность за обновление,

совершенствование и пополнение своих академических знаний.

Оценивание ответов по вступительным заданиям:

- двадцать тестовых вопросов по теории журналистики, теории рекламы и связей с общественностью, теории массовой коммуникации; (каждый правильный ответ оценивается в один балл, итого **20** баллов);
- четыре вопроса по этике в сфере массовой коммуникации (каждый правильный полный ответ оценивается в два балла, итого **8** баллов);
- два вопроса по радиожурналистике (каждый правильный ответ оценивается в два балла, итого **4** баллов);
- два вопроса и творческое задание по тележурналистике (каждый правильный ответ оценивается в 2 балла, творческое задание - 5 баллов, итого **9** баллов);
- два вопроса по медиаправу (каждый правильный ответ оценивается в два балла, итого **4** баллов);
- два вопроса по экономике СМК (каждый правильный ответ оценивается в два балла, итого **4** баллов);
- три вопроса и творческое задание по рекламе и ПР (каждый правильный ответ оценивается в два балла, творческое задание – 5 баллов, итого **11** баллов);
- творческое задание (оценивается в **20** баллов)
- журналистский текст для анализа по предложенной схеме (оценивается в **20** баллов).

Максимальное количество баллов, полученных за ответы и решение тестовых заданий, составляет **100** баллов.

На оценку **«отлично»** (90-100 баллов) студент должен сочетать в ответах высокий теоретический уровень, навыки практического анализа с высокой степенью самостоятельности в выводах.

При достаточно полных ответах, но недостаточном уровне самостоятельности в выполнении практического и профессионального задания, в иллюстрировании теории примерами из медиа-практики СМК и региональных СМИ Донбасса, в собственных рассуждениях по проблемам журналистской этики студент получает оценку **«хорошо»** (75-90 баллов).

Оценка **«удовлетворительно»** (60-74 баллов) ставится при условии раскрытия сути вопросов не более чем на 60%, при наличии фактических ошибок, а также серьезных замечаний при проведении практического журналистского анализа.

В других случаях ставится оценка **«неудовлетворительно»** (0-59 баллов).

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алёшина И.В. Связи с общественностью—PR / И.В. Алёшина. - М.: ЭКСМОС, 2002. — 480 с.
2. Аналитические жанры газеты: Хрестоматия. - М.: Изд-во МГУ, 1989. - 236 с.
3. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики: учеб. пособие/Е. В. Ахмадулин. - Ростов н/Д: Феникс, 2009.350 с.
4. Багиров Э. Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды: учеб. пособие/Э. Г. Багиров. - М.: Изд-во Моск, ун-та, 1976. - 119с.
5. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб, пособие для студентов вузов/Г. П. Бакулев. - М.: Аспект Пресс, 2005. - 176 с.
6. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения/Н. Н. Богомолова. - М.: Изд-во МГУ, 1991. -125 с.
7. Бурдые П. О телевидении и журналистике/Пер Бурдые. - М.: Прагматика культуры, 2002.- 160 с.
8. Вайшенберг З. Новина журналистика: навч. посіб./Зігфрид Вайшенберг - К.: АУП, 2004. - 262 с.
9. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003.
10. Вачнадзе Г. Н. Всемирное телевидение: Новые средства массовой информации - их аудитория, техника, бизнес, политика/Г. Н. Вачнадзе. - Тбилиси: Ганатлеба, 1989. - 672 с.
11. Введение в журналистику: Хрестоматия.- М.: Высш. шк., 1989. - 263 с.
12. Введение в теорию журналистики. Учеб. пособие./Прохоров Е. П., Гуревич С. М., Ибрагимов А.-Х.-Г. и др. - М.: Высш. шк., 1980. - 287 с.
13. Владимирова В. М. Основы журналистики в понятиях и комментариях: учеб. Пособие/В. М. Владимирова. - Луганск: Изд-во ВУГУ, 1998. - 144 с.
14. Ворошилов В. В. Журналистика: учебник. - СПб.: Изд-во Михайлова В А 1999.-304 с.
15. Ворошилов В.В. Экономика журналистики. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999.
16. Ворошилов В.В. Журналистика и рынок: проблемы маркетинга и менеджмента СМИ. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1997.
17. Гейтс Б. Дорога в будущее/Билл Гейтс; пер. с англ. - М.: Диалог-Наука, 1997.- 315 с.
18. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики/Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л.-Х.: Прапор, 2009. - 384 с.
19. Горохов В. М. Основы журналистского мастерства В. М. Горохов. - М.: Высш. шк., 1989. - 117 с.

20. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах/Д. С. Григораш. - Львів: Вища школа, 1974. - 295 с.
21. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004.
22. Гутыря И.И. Экономика средств массовой коммуникации: Учебное пособие – К.: Институт журналистики, 2002.
23. Дзялошинский И. М. Творческая индивидуальность в журналистике/И. М. Дзялошинский. - М.: Изд-во МГУ, 1984. - 80 с.
24. Закон ДНР «О средствах массовой информации» № 59-ІНС от 29.06.2015
25. Закон ДНР «Об информации и информационных технологиях» № 71-ІНС от 28.08.2015.
26. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник/Володимир Здоровега; 2-е вид., перероб. і допов. - Львів: Г1А1С, 2004. - 268 с.
27. Землянова Л. М. Современная американская коммуникативистика /Л. М. Землянова. - М.: Изд-во МГУ, 1995. - 271 с.
28. Иванов В. Ф. Журналістська етика: підручник/Валерій Іванов, Володимир Сердюк. - К.: Вища школа, 2006. - 231 с.
29. Информационные жанры газетной публицистики: Хрестоматия. - М.: Изд- во МГУ, 1986-295 с.
30. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу та суспільства/Мануель Кастельс. - К.: Ваклер, 2007. - 290 с.
31. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учебник для вузов/С. Г. Корконосенко. - М.: Аспект-пресс, 2002.276 с.
32. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. Учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов. – М.: Аспект Пресс, 2008.
33. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень: моногр./Олена Кузнецова - Львів: Світ, 1998. -412 с.
34. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посібник /О. Д. Кузнецова; 2е вид., перероб і доп. - Львів: ПАІС, 2005. - 200 с.
35. Лаврик О. В. Основы журналистики: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» О. В. Лаврик. - Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. - 73 с.
36. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб, пособие по журналистике/Г. В. Лазутина. - М.: Аспект Пресс, 2000.
37. Лизанчук В. В. Основы радиожурналистики: підручник /В. В. Лизанчук. - К.: Знання, 2006. - 628 + компакт-диск.
38. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика: підруч./І. М. Лубкович. - Львів:

ПАІС, 2005.- 176 с.

39. Мишина Л.А. Связи с общественностью. [Электронный ресурс] / Л.А. Мишина – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika/m009/toc.htm> - Заглавие с экрана.
40. Моисеев Н. Н. Судьба цивилизации. Путь Разума/Н. Н. Моисеев. - М.: Языки русской культуры, 2000. - 224 с.
41. Овсепян Р. П. Журналист - профессия востребованная. Всюду. Журналистское образование в национальных регионах страны/Р. П. Овсепян. - М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. - 97 с.
42. Освещение частной жизни в СМИ. Справочная серия. Юристу и руководителю СМИ. Редактор — Арапова Г. Ю. Авторы-составители — Арапова Г. Ю., Кузеванова С. И., Ледовских М. А. Год издания: 2010 http://www.mmdc.ru/publications/our_issue/our_books/book-7/
43. Основи масово-інформаційної діяльності: підручник /А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. - К., 1999. - 634 с.
44. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студ. вузов по спец. "Журналистика"/Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. - СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. - 272 с.
45. Периодическая печать на Западе: сб. статей. - СПб: Типография Н. П. Собко, 1904.- 348 с.
46. Потятиник Б. В. Интернет-журналистика: навч. посіб/Борис Потятиник. - Львів: ПАІС, 2010.-246 с.
47. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння/Борис Потятиник. - Львів: ПАІС, 2004.-312 с.
48. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації/Г. Г. Почепцов; 2-е вид., доп. - К.: Вид. центр "Київський університет", 1999. - 308 с.
49. Правовой статус редакции СМИ. Справочная серия. Юристу и руководителю СМИ. Редактор — Арапова Г. Ю. Авторы-составители — Арапова Г. Ю., Кузеванова С. И., Ледовских М. А., Меркер А. Е. Год издания: 2012 http://www.mmdc.ru/publications/our_issue/our_books/books1/
50. Приступенко Т. О. Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України/Т. О. Приступенко. - К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. -250 с.
51. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: ученик /Е. П. Прохоров. - М.: Изд-во МГУ, 2005. - 350 с.
52. Публіцистика і тенденції розвитку світу: Збірник наук, статей. - Львів: Львів, держ. ун-т, 1999. - 176 с.
53. Реклама в СМИ. Справочная серия. Юристу и руководителю СМИ. Редактор — Арапова Г. Ю. Авторы-составители — Г. Ю. Арапова, С. И. Кузеванова, М. А. Ледовских, Е. В. Зубань (главы 1-10), В. Г. Попов (глава 11).

Рецензент – В. Г. Попов, кандидат экономических наук (главы 1--10). Год издания: 2014.

http://www.mmdc.ru/publications/our_issue/our_books/reklama_v_smi_spravochnay_a_seriya_yuristu_i_rukovoditelyu_smi/

54. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник/В. В. Різун. - К.: Просвіта, 2008. - 260 с.

55. Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики / М. И. Стюфляева. - М.: Мысль, 1982. - 176 с.

56. Стюфляева М. И. Поэтика публицистики/М. И. Стюфляева. - Воронеж: Изд-во Воронеж, ун-та, 1975. - 154 с.

57. Стюфляева М. И. Человек в публицистике (Методы и приемы изображения и исслед.)/М. И. Стюфляева. - Воронеж: Изд-во Воронеж, ун-та, 1989. - 143 с.

58. Теплюк В. М. Этика журналистского творчества. - М.: Мысль, 1980. - 172 с.

59. Тертычный А. Жанры периодической печати: учеб. пособие/Александр Тертычный. - М.: Аспект-Пресс, 2000. - 312 с.

60. Ученова В. В. Беседы о журналистике. - 2-е изд., испр. и доп./В. В. Ученова - М.: Мол. гвардия, 1985. - 205 с. (Эврика).

61. Ученова В. В. Исторические корни современной публицистики/В. В. Ученова. - М.: Изд-во Москов. ун-та, 1972. - 74 с.

62. Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин. Паблик рилейшнз. Учебное пособие для вузов. Перевод с английского под редакцией *Б.Л. Еремина* / Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

63. Халлер М. Пошук і збір інформації: навч. посібник/Міхаель Халлер. - К.: АУП, 2006. - 308 с.

64. Чернышева Т. Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие. / Т.Л. Чернышева – НГТУ, 2012. - 140 с.

65. Шумилина Т. В. "Не могли бы вы рассказать...": Метод интервью в журналистике/Т. В. Шумилина. - М.: Изд-во Москов. ун-та, 1976. - 136 с.