

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВНЗ «УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК**

**«Затверджено»**  
на засіданні Приймальної комісії  
ВНЗ «Український Католицький  
Університет»  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р. (Протокол № \_\_)  
Ректор \_\_\_\_\_ о. д-р Б. Прах

**ПРОГРАМА  
ФАХОВОЇ СПІВБЕСІДИ**  
**Для здобуття освітнього ступеня магістра**  
Галузь знань – 061 «Журналістика»  
Освітня програма – «Медіакомунікації»  
Освітньо-кваліфікаційний рівень – «Магістр»

Програма затверджена  
на засіданні Вченої ради  
Факультету суспільних наук  
Протокол № \_\_ від \_\_\_\_\_ 2020 р.

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_ С. Хилюк

## I. ВСТУП

**Мета співбесіди** – виявити інтелектуальний, аналітичний і практичний потенціал абітурієнта, а також його здатність до самореалізації на Магістерській програмі з медіакомунікацій.

Співбесіда відбуватиметься у формі усних запитань-відповідей на підставі проектної заявки та письмового іспиту вступника. Якщо потрібно, абітурієнт має відповісти на уточнювальні запитання щодо свого проекту.

**У проектній заявці (не більше двох сторінок друкованого тексту формату А4) вступник має описати майбутній або вже реальний медіапроект.**

**Медіапроект має містити:** назву; концепт-ідею (мета, завдання, обґрунтування актуальності); опис змісту; аналіз цільової аудиторії; очікування від результатів.

Разом з основним блоком інформації у проектній заявці ми очікуємо посилань на сайти, авторські блоги, YouTube.

## II. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

**Перелік орієнтовних запитань до фахової співбесіди:**

- Ким, на Вашу думку, є фахівець з медіакомунікацій?
- Яка роль медіааналітиків у суспільстві? Кому потрібний аналіз медій?
- Які друковані видання, теле- і радіопередачі, веб-ресурси Ви постійно переглядаєте і чому?
- Яким має бути працівник нових медій?
- Які негативи й позитиви комунікування у соцмережах?
- Яка, на Вашу думку, доля друкованих медій у цифрову добу?
- Опишіть Ваш досвід роботи з відео та фото.
- Дайте визначення поняттям «інфографіка» та «візуалізація даних». Опишіть спільні та відмінні риси.
- Як Ви хочете поєднати свій попередньо здобутий фах із медіакомунікаціями?
- Ким Ви себе бачите в майбутньому: медіааналітиком, працівником нових медій чи фахівцем з візуальних комунікацій? Що для цього Ви вже зробили?

## III. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Упродовж співбесіди абітурієнт має відповісти на запитання, що стосуються:

- медіааналітики,
- нових медій,
- візуальних комунікацій,
- персональних інтересів, досвіду.

Вступникові ставимо не більше 2 запитань із зазначених вище категорій. Кожну вичерпну відповідь оцінюємо 5 балами (разом 20 балів).

Додаткові 20 балів абітурієнт отримає за:

- комунікабельність (5 балів);

- ерудицію (5 балів);
- вміння чітко і грамотно висловлювати власну думку (5 балів);
- аргументованість у відстоюванні своєї позиції (5 балів).

**Максимальна кількість балів за фахову співбесіду – 50.**

**За проектну заявку абітурієнт отримує 30 балів.**

#### **IV. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Боно Э. Методы нестандартного мышления / Серьезное творческое мышление / Э. Боно // Пер. с англ. Д. Я. Онацкая. – М. : ООО «Попурри», 2005. – С. 392–401.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Пер. с англ. – М.; СПб; К. : Изд. дом „Вільямс”, 2004. – 426 с.
3. Бредемайер К. Правила риторики: Как не теряться во время выступления и быть убедительным / Карстен Бредемайер // Пер. с нем. – М. : Альпина, 2008. – 112 с.
4. Дейвіс Н. Новини пласкої землі. – К. : Темпора, 2011. – 548 с.
5. Драйден Г. Революція в навчанні / Гордон Драйден, Джаннет Вос [перекл. з англ. М. Олійник]. – Львів : Літопис, 2005. – 542 с.
6. Кіркпатрік Д. Ефект Facebook / Пер. з англ. О. Стукала. – К. : Темпора, 2012.
7. Наоми К. No logo. Люди против брендов. – М. : Добрая книга, 2008. – 624 с.
8. Пітерс Дж. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Джон Дарем Пітерс [пер. з англ. А. Іщенко]. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2004. – 302 с.
9. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.
10. Почепцов Г. Від Facebook-у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. – К. : Спадщина-Інтеграл, 2012. – 464 с.
11. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. 3-е изд. – М. : Изд-во КомКнига, 2006. – 224 с.
12. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство / Марк Тангейт [пер. с англ.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 252 с.
13. Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння / Бабинська С.; Завадська Ю.; Карапінка М.; Кулигіна О. – Вид-во «Ездра», 2012. – 240 с.
14. Cairo A. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization, 2013. – 363 p.