

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

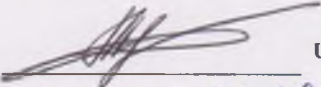
Ректор Дніпропетровського  
національного університету  
імені Олеся Гончара  
д. ф.-мат. наук, професор  
член-кореспондент НАН України

  
Поляков М.В.  
2.02.2016



«УЗГОДЖЕНО»

проректор з науково-  
педагогічної роботи  
к. ф.-мат. наук, доцент

  
Чернецький С. О.  
1.02.2016

**ПРОГРАММА**  
**ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ПРИ ВСТУПІ НА**  
**НАВЧАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 061 ЖУРНАЛІСТИКА**  
**ДЛЯ ОТРИМАННЯ ОСВІТНЬО-КВАЛІФІКАЦІЙНОГО РІВНЯ**  
**СПЕЦІАЛІСТ, СТУПЕНЯ МАГІСТР**

Програму обговорено і затверджено на засіданні вченої ради факультету систем і засобів масової комунікації (пр. № 4 від 30.11.2015 р.)

Голова ради факультету, проф.



Демченко В.Д.

Дніпропетровськ  
2016

## 1. ЗАГАЛЬНЕ ПОЛОЖЕННЯ

Згідно зі стандартом вищої освіти, затвердженим Міністерством освіти і науки України, а також на основі методичних рекомендацій навчально-методичної комісії з журналістики при МОН України, до програми фахового вступного випробування зі спеціальності 061 Журналістика, затвердженої рішенням Вченої ради факультету систем і засобів масової комунікації, включені питання за навчальними програмами таких дисциплін:

- Основи журналістики (вступ до спеціальності, технічні засоби виробництва);
- Журналістикознавство (теорія журналістики, теорія твору і тексту, теорія і методика журналістської творчості, медіа критика);
- Масова комунікація та інформація (теорія масової комунікації, теорія масової інформації, комунікаційні технології);
- Вступ до фаху "Видавнича справа та редагування": (Коректура, Поліграфія);
- Теорія і практика видавничої справи та редагування: (Основи видавничої справи, Основи редагування, Шрифтознавство, Текстознавство);
- Основи реклами та ПР: Вступ до спеціальності;
- Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю.

### **Студент повинен знати:**

- основи дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки в обсязі, що забезпечує професіоналізм та широту кругозору. Дані дисципліни включають «Історію України», «Історію української культури», «Іноземну мову», «Філософію», «Політологію»;
- основні засади дисциплін природничо-наукової підготовки, до яких входять «Екологія», «Соціологія масової комунікації», «Основи наукових досліджень».

### **Студент повинен уміти:**

- застосовувати отримані знання для вирішення практичних та теоретичних завдань, пов'язаних із масово-інформаційною діяльністю;
- встановлювати відповідність інформації відповідно до видових характеристик;
- встановлювати відповідність інформаційної діяльності згідно з законами України;
- збирати, опрацьовувати й поширювати інформацію в межах чинного законодавства;
- визначати цільову аудиторію;
- аналізувати журналістські матеріали на відповідність професійним стандартам;
- критично мислити;
- давати експертні оцінки масовим комунікаціям сучасної України.

## 2. ЗМІСТИ РОЗДІЛІВ

### **Перелік розділів, за якими атестуються студенти:**

Розділ I Теорія та практика масової комунікації та інформації;

Розділ II Теорія та практика видавничої справи та редагування;

Розділ III Теорія та практика реклами та зв'язків із громадськістю

### **Розділ I Теорія та практика масової комунікації та інформації**

У цей розділ включені питання з фахових та професійно-спрямованих журналістикознавчих дисциплін. Це перш за все матеріал курсів, в яких викладались теоретичні аспекти журналістики як громадського інституту, її місце у структурі суспільства, її різновиди, жанри, особливості техніки і технології («Основи журналістики (вступ до спеціальності, технічні засоби виробництва)», «Журналістикознавство (теорія журналістики, теорія твору і тексту, теорія і методика журналістської творчості, медіа критика)»), а також питання з історії зарубіжної та української журналістики, її сьогодення, теоретичних аспектів масової комунікації.

Метою вивчення цих дисциплін є: висвітлення питань щодо сутності, змісту, засобів, методів журналістської та масово-інформаційної діяльності в умовах транзитивного суспільства.

Предметом вивчення цих дисциплін є: сукупність засобів, методів і способів поширення інформації у певній сфері економічної та суспільної діяльності людей; особливості технік та технологій виробництва інформації як продукту масово-інформаційної діяльності; розвиток та становлення вітчизняного інформаційного простору.

Основні питання що виносяться у цей розділ:

Види і форми існування інформації в суспільстві. Журналістика у системі соціальних інститутів. Журналістика як предмет вивчення. Масово-інформаційна "природа" журналістики. Система жанрів у сучасній журналістиці. Аналітико-публіцистичні жанри в сучасній журналістиці. Етичні принципи журналістської діяльності. Ідеологічні функції журналістики. Інтерв'ю на сучасному телебаченні (жанрові різновиди). Інформаційно-публіцистичні жанри в сучасній журналістиці. Основні функції ТБ. Принципи та функції радіомовлення. Публіцистичні жанри на сучасному радіо. Публіцистичні жанри телебачення. Специфіка тележанрів. Художньо-публіцистичні жанри в сучасній журналістиці. "Європейський" та "американський" шляхи розвитку ЗМІ: історичні аспекти протистояння і взаємодія. "Масова" та "якісна" преса : історія протистояння та взаємовпливів. "Масова" та "елітарна" журналістика 1880-1910 рр. ХІХ ст. в Західній Європі та формування її аудиторії. Перші періодичні видання (друковані, рукописні): національна специфіка. Передумови виникнення журналістики в Західній Європі. Правове регулювання діяльності журналістів у ХVІІ-ХІХ ст. у Західній Європі. Публіцистика Просвітництва в процесі становлення наукової комунікації. Соціальні функції преси під час революцій у Західній Європі ХVІІ-ХVІІІ ст. „Персональний журналізм” в історії зарубіжної преси.

„Тріумвірат центової преси”: американська специфіка масової газети. Концепція „інформаційної преси” Е. де Жирардена. Жанр фейлетону в західноєвропейській пресі XIX ст.: обставини виникнення, специфіка функціонування. Саморегулювання” у діяльності зарубіжних ЗМІ. Громадсько-політичний тижневик новин: процес формування типу видання. Динаміка розвитку жанрової типології преси в історії ЗМІ. Дуальна система телемовлення: моделі і функції. Моральний тижневик як тип видання. Журналістська діяльність М. Драгоманова. Журналістська та публіцистична діяльність І. Франка. Західноукраїнська преса періоду революції 1848-49 рр. Московфільські та народовські видання в Галичині. Передумови виникнення української преси та особливості її функціонування на початковому етапі розвитку. Харківський період в історії української журналістики. Полеміка з національних питань у журналі „Основа”. Початок приватної преси в Східній Україні. Преса доби української революції 1917-1920-х років (загальна характеристика). Преса Придніпровської України в період українізації і формування тоталітарної системи. Редакторська та публіцистична діяльність П. Куліша. Система радикально-соціалістичної преси в Галичині (XIX -поч. XX ст.). Законодавча база, що регламентує діяльність ЗМК на сучасному етапі в Україні. Сучасна інфраструктура ЗМІ в Україні. Тенденції розвитку української друкованої преси на сучасному етапі. Українська преса 1905-1914 рр.

## **Розділ II Теорія та практика видавничої справи та редагування**

У цей розділ включені питання з фахових та професійно-спрямованих дисциплін, які забезпечують підготовку фахівців у напрямі видавничої справи та редагування. Це перш за все матеріал курсів, в яких викладались теоретичні та практичні аспекти редагування та видавничої діяльності, як одного з елементів масової комунікаційної діяльності, їх різновиди, жанри, особливості техніки і технології («Вступ до фаху: коректура, поліграфія»), («Теорія і практика видавничої справи та редагування: основи видавничої справи, основи редагування, шрифтознавство, текстознавство»), а також питання з мовних та лінгвістичних аспектів сучасних ЗМК, професійної мови сучасного комунікативного дискурсу тощо.

Метою вивчення цих дисциплін є: висвітлення питань щодо сутності, змісту, засобів, методів видавничої та редакційної діяльності в умовах транзитивного суспільства.

Предметом вивчення цих дисциплін є: сукупність засобів, методів і способів обробки та представлення інформації у певній сфері економічної та суспільної діяльності людей; особливості технік та технологій виробництва тексту як продукту масово-інформаційної діяльності; розвиток та становлення вітчизняного видавничого ринку.

Основні питання що виносяться у цей розділ:

Основи редакторської та видавничої діяльності. Особливості верстки та макетування видання. Типологія сучасних газетно-журнальних видань. Он-лайн видання, специфіка створення та функціонування. Комп’ютерна графіка.

Шрифтознавство. Програмне забезпечення для макетування. Історія друкарського процесу. Закономірності функціонування української мови в сучасній пресі. ЗМІ як складова духовного і культурного життя суспільства. Відображення мовної ситуації в газетному дискурсі. Термінологія у професійній діяльності журналіста, рекламіста, видавця, редактора. Причини порушення мовних норм в сучасних українських ЗМІ. Жанри публічних виступів. Культура дискусивно-полемічного мовлення. Поняття про слово як лексичну одиницю. Зміни в семантичній структурі слів. Роль метафори, метонімії та синекдохи в публіцистичних текстах. Специфіка використання різних семантичних груп слів у текстах ЗМК.

### **Розділ III Теорія та практика реклами та зв'язків з громадськістю**

У цей розділ включені питання з фахових та професійно-спрямованих дисциплін, які забезпечують підготовку фахівців у напрямі реклама та зв'язки з громадськістю. Це перш за все матеріал курсів, в яких викладались теоретичні та практичні аспекти рекламної та ПР-діяльності, як одного з елементів масовокомунікаційної діяльності, її різновиди, жанри, особливості техніки і технології («Основи реклами та ПР: Вступ до спеціальності»), («Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю»), а також питання з психології рекламної діяльності, особливостей маркетингових підходів, щодо формування рекламних та ПР-кампаній.

Метою вивчення цих дисциплін є: висвітлення питань щодо сутності, змісту, засобів, методів рекламної та ПР-діяльності в умовах транзитивного суспільства.

Предметом вивчення цих дисциплін є: сукупність засобів, методів і способів поширення інформації у певній сфері економічної та суспільної діяльності людей з метою привернення уваги потенційних споживачів до об'єкта рекламування або створення сприятливого комунікаційного поля функціонування організації.

Основні питання що виносяться у цей розділ:

Основні дисциплінарні підходи до вивчення реклами: маркетинговий, комунікаційний, психологічний, культурологічний, філософський, аксіологічний. Міждисциплінарність дослідження феномену реклами. Основні етапи розвитку реклами та ПР. Знаковий підхід до розкриття характеру еволюції засобів рекламної та ПР-діяльності. Реклама як форма комунікації. Реклама в системі маркетингу. Функції реклами. Соціальні сфери рекламної діяльності. Типологія реклами залежно від знакової специфіки: вербальна, аудіальна, аудіовізуальна, тактильна реклама. Типологія реклами залежно від засобу поширення: телевізійна, друкована, зовнішня, транспортна, радіо-, Інтернет- та мобільна реклама. Рівні психологічного впливу реклами на реципієнтів: когнітивний, афективний, сугестивний, конативний. Психологічні моделі реклами: AIDA, AIDMA, DIBABA, DAGMAR. Поняття цільової аудиторії. Вплив особливостей цільової аудиторії на характер реклами. Паблік рилейшнз: визначення і функціональні особливості. ПР як мистецтво і як наука. Кризові паблік рилейшнз. ПР-служба: структура та принципи

професійного відбору. Аудиторія ПР-комунікацій. ПР-кампанія та її складові. Основні форми ПР-діяльності у роботі з ЗМК. Етико-моральні принципи рекламної і ПР діяльності в інформаційному суспільстві. Критерії етичності реклами. «Різнобарвний» ПР: суть, принципи, шляхи забезпечення. Професійні принципи моральної свідомості, моральної діяльності (практики реклами та ПР), та моральних відносин в практиці реклами та ПР- діяльності. Роль і функціональне використання ПР–комунікацій у діяльності владних структур. Реклама як елемент національної культури. Моральні установки особистості як етико-психологічний фактор рекламної діяльності. Питання ставлення суспільства до реклами: порівняльний аналіз вітчизняного і зарубіжного досвіду. Законодавчий та Конституційний захист громадян України щодо морально-етичних порушень в галузі реклами. Концепція соціально-етичного маркетингу і проблеми психології особистості.

### **3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ І СТРУКТУРА БІЛЕТА**

Структура білету включає в себе тестові завдання з трьох основних розділів. Бали між розділами розподіляються таким чином:

I розділ «Теорія та практика масової комунікації та інформації»	- 40 балів/20 питань
II розділ «Теорія та практика видавничої справи та редагування»	- 30 балів/15 питань
III розділ «Теорія та практика реклами та зв'язків із громадськістю»	- 30 балів/15 питань
<hr/>	
Всього	- 100 балів /50 питань

Таким чином за стовідсоткову відповідь на тестові завдання студент може отримати максимальну оцінку 100 балів.

# ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

фахове вступне випробування  
при вступі на навчання за спеціальністю 061 журналістика  
для отримання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, ступеня магістр

## ІНСТРУКЦІЯ

1. На виконання екзаменаційних завдань відведено 120 хвилин.
2. Тест складається з теоретичного або практичного питання.

### Структура білету та система оцінювання

Тестова частина (100 балів)

Тестові питання розподіляються за розділами:

I розділ – 20 тестових питань з вибором однієї правильної відповіді;

II розділ – 15 тестових питань з вибором однієї правильної відповіді;

III розділ – 15 тестових питань з вибором однієї правильної відповіді.

Зміст та тематика тестових завдань пов'язані зі змістом робочих навчальних програм з відповідних дисциплін.

Правильна відповідь на тестове питання з вибором однієї правильної відповіді оцінюється в 2 бала, 0 балів, якщо вказано неправильну відповідь, або вказано більше однієї відповіді, або відповіді не надано.

Для одержання позитивної оцінки студент повинен правильно відповісти на 30 з 50 тестових питань, що відповідає приблизно 40% загального обсягу тестових завдань.

3. Тестові завдання в мають тільки ОДНУ ПРАВИЛЬНУ відповідь.
4. Кількість тестових питань – 50.

## ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### Перелік рекомендованої літератури до I розділу:

1. Москаленко А.З. Основи журналістики. К., 1994.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 1995.
3. Цвик В. Основи журналістики. М., 1997.
4. Владимиров В. Основи журналістики. Луганск, 1997.
5. Карконасенко С.Г. Основи журналістики. м., 2005.
6. Карконосенко С. Основи творческой деятельности журналиста. СПб, 2000.
7. Авраамов. Л. Профессиональная этика в работе журналиста. М., 1991.
8. Ворошилов В. Журналистика. СПб., 1999.
9. Деннис Э., Мерриди Дж. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
10. Лазутина Г. Основи творческой деятельности журналиста. М., 2000.
11. Профессиональная этика журналистов. Т.1. Документы и справочные материалы. М., 1999.
12. Прохоров. Введение в теорию журналистики. М., 1998.
13. Засурский Масс-медиа второй республики. М., 1999.
14. Типология периодической печати. М., 1996.
15. Олешко В. Журналистика как творчество. М., 2001.
16. Горохов. В.М. Основи журналистского мастерства. М., 1989.
17. Коваленко О.Л. Влада інформації. Львів., 1980.
18. Закон України «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні». К., 1993.
19. Потятинік Б.В. Тоталітарна журналістика. Львів., 1992.
20. Пришлюк Д.М. Теорія і практика журналістської творчості. К., 1973.

### Перелік рекомендованої літератури до II розділу:

1. Багмут А.Й., Борисюк І.В., Олійник Г.П. Інтонаційна виразність мови засобів масової інформації. – К., 1994.
2. Безпояско О.К., Городенська К.Г., Русанівський В.М. Граматика української мови : Морфологія. – К., 1993.
3. Ботвина І.В. Офіційно-діловий та науковий стиль української мови: навч. посіб. – К.: АртЕк, 1998.
4. Вихованець І.Р. Граматика української мови. Синтаксис. К., 1993.
5. Вихованець І.Р., Городенська К.Г., Грищенко А.П. Граматика української мови. К., 1982.
6. Вихованець І.Р. Прийменникова система української мови. – К., 1980.
7. Гнатюк Г.М. Дієприкметник в сучасній українській літературній мові. – К., 1982.
8. Городенська К. Синтаксична специфіка української наукової мови // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. – К. : КННУ, 2001.
9. Горпинич В.О. Морфологія української мови: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: ВЦ «Академія», 2004.
10. Гриб В.П. Постановка мови, голосу. – Луцьк, 2007.
11. Жарко С.Ю., Жданова Г.Г. Практикум з української мови: Навч. Посібник для студентів вищих навчальних закладів / С.Ю.Жарко,



Г.Г.Жданова. – 2-ге вид. вид., доп. і випр. – Д.: Національний гірничий університет, 2012.

12. Загнітко А.П., Вінтонів М.О., Домрачева І.Р. Український практичний синтаксис. Навчальний посібник для самостійної роботи. Донецьк, 2004.
13. Зелінська Н.В. Сучасний науковий дискурс: парадокси розвитку // Вісник Київського міжн. Ун-ту. – 2004. – Вип. 3. – С.13 – 25.
14. Капелюшний А.О. Типологія журналістських помилок. – Л., 2000.
15. Карпіловська Є., Кочерга О. Структурні зміни української наукової термінології протягом двадцятого сторіччя // Проблеми української термінології. Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2004. – № 503.
16. Кобилянська М.Ф., Гуйванюк Н.В. Сучасна українська літературна мова. Синтаксис: Зб. вправ. К., 1992.
17. Коваль А.П. Науковий стиль сучасної української літературної мови. Структура наукового тексту. – К., 1970.
18. Михайлова О.Г. Українське наукове мовлення. Лексичні та граматичні особливості: навч. посіб. / О.Г. Михайлова, А.А. Сидоренко, В.Ф. Сухопар. – Х., 2000.
19. Непийвода Н. Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). – К.: ТОВ «Міжнародно-фінансова агенція», 1997.
20. Онуфрієнко Г.С. Науковий стиль української мови: навч. посіб.– К. : Центр навчальної літератури, 2006.
21. Основи наукового мовлення: навч. – метод. посіб. / Уклад. Т.В. Симоненко. – Черкаси: ЧНУ. – 2005.
22. Плиско К.М. Синтаксис української мови із системою орієнтирів для самостійного вивчення. Харків, 1992.
23. Плющ М.Я., Леута О.І., Гальона Н.П. Сучасна українська літературна мова. Збірник вправ. – К., 1995.
24. Погрібний М.І. Українська літературна вимова. – Агентство «Трансформ», 1992.
25. Пономарів О.Д. Сучасна українська мова. – К., 1991.
26. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. К., 1993.
27. Семенов О.М. Культура наукової української мови: навч. посіб. / О.М. Семенов. – К. : ВЦ «Академія», 2010.
28. Сербенська О.А. Культура усного мовлення. Практикум: Навч. Посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004.
29. Слинько І.І., Гуйванюк Н.В., Кобилянська М.Ф. Синтаксис сучасної української мови. Проблемні питання. К., 1994.
30. Сучасна українська літературна мова. За ред. М.Я. Плющ. – К., 2000.
31. Сучасна українська літературна мова / За ред. А.П. Грищенка / К., 1997.
32. Сучасна українська мова. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія / Конспект лекцій для студентів спеціальності «Видавнича справа та редагування»: Навчально-методичне видання. – Львів: Видавництво Української академії друкарства, 2010.

33. Українська ділова і фахова мова: практичний посібник на щодень / М.Д. Гінзбург, І.О. Требульова, С.Д. Левіна, І.М. Корніловська; За ред. М.Д. Гінзбурга. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: «Фірма «ІНККОС», Центр навчальної літератури, 2007.
34. Український правопис. – К., 1993.  
Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста.- Л.: ПАІС, 2004.

#### **Перелік рекомендованої літератури до III розділу:**

1. Бове К.Л., Аренс В.С. Современная реклама / Пер. с англ.: Д.В.Вакин и др.; общ.ред. О.А.Феофанов / Предисл. М.А.Назарушкина / К.Л.Бове – Тольятти: Издательский дом Довгань, 1995. – 661с.
2. Борисов Л. Рекламные и ПР-технологии. – М., 2003. – 426 с.
3. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты: 400 приемов, 200 учебных задач, 20 практических приложений. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-Пресса», 2004. – 380 с.
4. Грицюта Н. Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства : монографія / Н. М. Грицюта. — К. : Ін-т журналістики, 2012. — 416 с.
5. Дейян А. Реклама. Пер.с франц. В.Мазо, общ.ред. В.С.Загашвили. – 5-е изд.испр./ А.Дейян. – М.: 1933. – 175 с.
6. Доти Д. Паблицити и паблик рилейшнз/ Дороти Доти. – М. : Инф.-изд. дом «Филинь», 1996. – 288с.
7. Катлип Скотт М. Паблик рилейшнз. Теория и практика : [учеб. пособие] / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Гелен М. Брум; [пер. с англ.]. — 8-е изд. — М. : Вильямс, 2001. — 624 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Пер. с англ. В.Б.Боброва; ред. О.Г.Радынкова, Ю.И.Куколева / Ф.Котлер. – М.: Ростингэр, 1996. – 698 с.
9. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива// Ж.-Ж.Ламбен. – СПб.: Наука, 1996.-589 с.
10. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: Навч. пос.- К.: КНЕУ, 2003.- 440 с.
11. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Навчальний посібник. - Львів: Державний університет “Львівська політехніка” (ІВЦ “ІНТЕЛЕКТ”), 1999. - 244 с.
12. Морозова И. Рекламный сталкер. — Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. — М.: Гелла-принт, 2002.
13. Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы / Валерий Леонидович Музыкант. — М.: Евразийский регион. — Ч I. — 1998. — 400 с.
14. Огилви Д. О рекламе/ Д.Огилви. – М.:РИП – Холдинг, 2003. – 232 с.
15. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
16. Пайн Дж. Гилмор Дж. Экономика впечатлений. Пер. с англ./ Дж.Пайн. – М.:Вильямс, 2005. – 286 с.
17. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга. — Харьков: Студцентр, 1995.

18. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. – К.: 2003. – 216 с.
19. Сэндиндж Г., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика / Пер. с англ. / Г. Сэндиндж и др. – М.: Высшая школа, 1989. – 630 с.
20. Ученова В. В. История рекламы. – М.: Юнити, 2003. – 336 с.
- Ученова В. В. Реклама и массовая культура / Виктория Васильевна Ученова : учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 248 с.

Завідувач кафедри  
масової та міжнародної комунікації

проф. Демченко С.В.