

### **Тема 1. Вступ. Історичні віхи розвитку газети**

1. Винахід друкарського верстату
2. Перша газета у світі
3. Винахід парового пресу
4. Винахід лінотипу
5. Винахід монотипу
6. Від фототелеграфу до фотонабору.
7. Поняття про гранковий набір.

### **Тема 2. Типологічні особливості сучасної преси**

8. Види видань. Поділ видань за періодичністю
9. Визначення понять преса, періодика, газета, журнал
10. Поділ преси за типологічними ознаками
11. Поділ преси за географією виходу
12. Поділ преси за періодичністю (регулярністю) виходу
13. Поділ преси за форматом видання та обсягом сторінок
14. Характерні риси періодичних видань
15. Класифікація газетних періодичних видань
16. Види газет за функціональними ознаками
17. Постійні елементи газети
18. Основні реквізити газети
19. Типологія журналів за змістом
20. Типологія журналів за читацьким призначенням

### **Тема 3. Робота редакції друкованого ЗМІ в умовах роздержавлення. Управління кадрами та фінанси**

21. Поняття про п'ятискладову структуру редакції
22. Поняття про принцип СТОКАЦ
23. Функції головного редактора
24. Функції заступників головного редактора та відповідального секретаря
25. Місце редакційної колегії і редакційної ради в структурі видання.
26. Структурні підрозділи у редакції
27. Посади у редакції
28. Значення планування у роботі редакції
29. Принципи редакційного планування
30. Види редакційних планів. Перспективне та оперативне (поточне планування). Планерка та лігучка.

31. Менеджмент і редакція ЗМІ.
32. Менеджмент та управління редакційним колективом.
33. Менеджмент та періодичне видання.
34. Менеджмент та поширення періодичного видання.
35. Суб'єктивні і об'єктивні чинники визначення редакційного колективу.
36. Структура і підструктури редакції, їх взаємозв'язок.
37. Величина і склад редакційного колективу. Кадрова політика редакції. Джерела редакційних кадрів. Система найму працівників.
38. Поняття про редакційно-видавничий процес та його етапи
39. Додрукарська редакційна підготовка та друк газети

#### **Тема 4. Створення медіаконтенту і його поширення. Вивчення аудиторії**

40. Концепція видання як комплекс типологічних рис
41. Підвиди концепції
42. Типологічна концепція та її характеристики
43. Графічна та організаційна концепція
44. Поняття про модель видання
45. Головні складові моделі періодичного видання
46. Поняття про змістово-тематичне наповнення видання
47. Чинники впливу на тематику періодичного видання
48. Сутність композиційно-графічної моделі
49. Що таке композиція видання
50. Визначення графічної концепції та її основні компоненти
51. Постійні елементи графічної концепції. Поняття про заголовну частину, розділові засоби та службові деталі.
52. Засоби виділення у графічній концепції видання: шрифт, формат, композиційний та графічний метод.
53. Заголовки як найважливіший елемент у виданні. Розміщення та оформлення заголовків.
54. Основні види подачі текстових матеріалів на сторінках видання
55. Види ілюстративних матеріалів у періодичному виданні
56. Ринок користувачів інформації.
57. Робота з редакційною поштою.
58. Формування авторського активу.
59. Організація масової роботи редакції.
60. Визначення методу анкетування.
61. Суть поняття “анкета”.

62. Мета анкетування в журналістиці.
63. Поняття про інформаторів, консультантів, позаштатних авторів, громадських кореспондентів.

#### **Тема 5. Реклама та розповсюдження друкованого видання**

64. Роль реклами у функціонуванні газети і журналу.
65. Види пресової реклами.
66. Мистецтво проведення рекламних переговорів.
67. Характеристика преси як медіа каналу
68. Класифікація рекламної продукції в пресі
69. Стандартне рекламне оголошення
70. Рекламне оголошення з відривним купоном
71. Реклама, що вкладається
72. Рубрична реклама
73. Рядкова реклама
74. Рядок під «шапкою» видання
75. Логотип на сторінках
76. Рекламна стаття
77. АДВЕТОРІАЛ
78. фоторепортаж
79. розворот
80. обкладинка
81. багатосторінкове оголошення
82. Правила створення рекламного оголошення у пресі
83. Переваги та недоліки реклами у пресі
84. Жанри рекламного тексту: інформаційні (рекламна замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт), аналітичні (рекламна кореспонденція, стаття, рецензія, огляд), публіцистичні (рекламна замальовка та нарис)

#### **Тема 6. Створення інформаційних та рекламних матеріалів для газети**

85. Процес підготовки авторських матеріалів
86. Поняття про авторський аркуш та авторські знаки
87. Інформаційні жанри: хроніка, замітка, розширена замітка, інтерв'ю, репортаж
88. Аналітичні жанри та їх особливості
89. Художньо-публіцистичні жанри та їх особливості
90. Методи збору інформації
91. Джерела інформації

92. Робота з прес-службами та інформаційними агенціями
93. Прес-конференція, брифінг, прес-реліз
94. Процес редагування авторських матеріалів
95. Сутність процесу редагування.
96. Етапи редагування.
97. Правка як складова редакторської праці
98. Види правки: авторська, редакторська, коректурна
99. Особливості редакторської правки. Вичитка, скорочення, обробка, переробка.
100. Поняття про коректуру. Види коректурних знаків та норми їх застосування

#### **Тема 7. Локальне он-лайн медіа та його особливості**

101. Особливості локальних (регіональних медіа)
102. Поняття про ком'юніті медіа
- 103.** Особливості локальних он-лайн медіа
- 104.** Права та обов'язки журналістів он-лайн медіа
- 105.** Офлайн заходи медіа

#### **Тема 8. Проблеми якості новин, стандарти і формати локального он-лайн видання**

106. Стандарти інформаційних повідомлень в мережі
107. Принципи публікації виправлень
108. Пошук інформації
109. Перевірка інформації
110. Особливості поширення інформації в мережі
111. Дизайн і верстка інформації в мережі

#### **Тема 9. Монетизація он-лайн медіа**

112. Поняття про трафік
113. Редакційні метрики
114. Комерційна монетизація
115. Соціальне фінансування