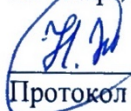


Розробник: Наталія ЖЕЛІХОВСЬКА, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент, завідувач кафедри історії журналістики

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри історії журналістики

 (Наталія ЖЕЛІХОВСЬКА)
Протокол № 12 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

1. Мета дисципліни: надати комплексні теоретико-практичні знання щодо специфіки професійної галузевої журналістики у межах ділової тематики. Дисципліна формує загальне уявлення про те, якими методами і засобами професійна журналістика відображає підприємницьку сферу життя суспільства. Надає теоретичні знання щодо специфіки ділового тематичного напрямку (функції, принципи галузевої журналістики; спеціалізовані галузеві медіа та галузеві рубрики/відділи у неспеціалізованих медіа; творчо-професійні вимоги до галузевих журналістів тощо). Забезпечує елементарними практичними навичками у межах спеціалізованої професійної галузі.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни

- знання фундаментальних основ журналістської діяльності;
- теоретичні знання і практичні навички виготовлення інформаційного продукту;
- володіння основами медіаграмотності і критичного мислення

3. Анотація навчальної дисципліни.

Дисципліна «Бізнес-журналістика: контент» надає комплекс знань і умінь щодо тематичної галузі професійної діяльності журналіста. Дисципліна сприяє тому, щоб студенти мали більше професійних навичок у здійсненні подальшої професійної реалізації. Створює підґрунтя для здійснення максимальної професійної реалізації студента під час створення медіапродукту з економічної тематики.

4. Завдання (навчальні цілі):

Знати:

- поняттєвий апарат економічної галузі;
- функції та принципи галузевої журналістики з бізнес-тематики;
- спеціалізовані галузеві медіа та галузеві рубрики/відділи у неспеціалізованих медіа, а також сучасних галузевих експертів з бізнес-тематики;
- творчо-професійні вимоги щодо галузевих журналістів з бізнес-тематики;

Вміти:

- розрізняти якісний професійний продукт галузевої журналістики з бізнес-тематики;
- комунікувати із галузевими експертами на актуальні теми й проблеми економічної галузі;
- створювати галузевий інформаційний продукт на початковому рівні.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

СК08(ЖСК). Здатність формувати інформаційний контент у сфері економіки, права, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності.

СК09(ЖСК). Здатність створювати медіапродукт у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.

5. Результати навчання змістовної частини дисципліни:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або і методи технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток підсумковій оцінці дисципліни	у 3
ВБ 1	Результат навчання				

1.1	Знати поняттєвий апарат економічної галузі.	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	10
1.2	Знати функції та принципи бізнес-журналістики.	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	15
1.3	Знати спеціалізовані галузеві медіа та галузеві рубрики/відділи у неспеціалізованих медіа, а також із сучасними галузевими експертами.	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	20
1.4	Знати творчо-професійні вимоги щодо галузевих журналістів.	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	15
2	Вміти розрізняти якісний професійний продукт галузевої журналістики.	практичні, самостійна робота	усна доповідь, індивідуальна самостійна робота	20
3	Вміти комунікувати із галузевими експертами на актуальні теми й проблеми галузі.	практичні, самостійна робота	індивідуальна самостійна робота	10
4	Самостійно створювати галузевий інформаційний продукт початкового рівня	самостійна робота	індивідуальна самостійна робота	10
	<i>Разом</i>			<i>100%</i>

6. Співвідношення результатів навчання змістової частини дисципліни із програмними результатами навчання.

Результати навчання дисципліни	1.1	1.2	1.3	1.4	2	3	4
Програмні результати навчання							
ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	+	+	+	+	+	+	+
ПР20(ЖСК) 1. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням спеціалізованих джерел інформації у сфері відображення економіки	+	+	+	+	+	+	+
ПР21(ЖСК). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері відображення економічних видів діяльності.					+	+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1.Форми оцінювання.

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1 – 1.4), що складає 40% від загальної оцінки, та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.2); (комунікація 3.1); (автономність та відповідальність 4.1-4.2), що складає 60% загальної оцінки.

Схема формування оцінки в 1 семестрі

У першому семестрі дисципліна структурно складається з трьох модулів: «Бізнес-

контент», «Жанрова специфіка», «Підготовка публікацій». За підсумками першого семестру студент може набрати максимально 100 балів за проміжний контроль.

1 модуль

Усна відповідь і участь в дискусіях – 15/25

Модульна контрольна робота (тест) – 5/9

2 модуль

Усна відповідь і участь в дискусіях – 15/25

Модульна контрольна робота (тест) – 5/8

3 модуль

Усна відповідь і участь в дискусіях – 15/25

Модульна контрольна робота (текст) – 5/8

Підсумкові бали за 3 модулі дорівнюють 100 балів.

Схема формування оцінки в 2 семестрі

У другому семестрі дисципліна структурно складається з двох модулів: «Види бізнес-комунікацій», «Специфіка контенту у соціальних мережах». За підсумками другого семестру студент може набрати максимально 100 балів і отримати залік.

4 модуль

Усна відповідь і участь в дискусіях – 18/30

Модульна контрольна робота (тест) – 12/20

5 модуль

Усна відповідь і участь в дискусіях – 18/30

Завдання до самостійної роботи – 12/20

Підсумкові бали: 3 модуль плюс 4 модуль дорівнює 100 балів.

- семестрове оцінювання:

Кількість балів під час навчального періоду формують бали, отримані здобувачем у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка під час навчального періоду складаються із балів, отриманих за усні відповіді, участь у дискусіях, самостійну роботу і модульні контрольні роботи. Всі ці види робіт за семестр мають у підсумку:

1 семестр

Змістовий модуль 1. Бізнес-контент

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	5x3=15	5x5=25
Модульна контрольна робота (тест)	1x5=5	1x9
Загальні бали за період навчання	20	34

Змістовий модуль 2. Жанрова специфіка

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	5x3 = 15	5x5 = 25

Модульна контрольна робота (тест)	1x5=5	1x8=8
Загальні бали за період навчання	20	33

Змістовий модуль 3. Підготовка публікацій

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	5x3 = 15	5x5 = 25
Модульна контрольна робота (текст)	1x5=5	1x8=8
Загальні бали за період навчання	20	33

- підсумкове оцінювання:

- форма оцінювання – залік;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент за семестр – 100 балів

Підсумкова кількість балів з дисципліни (максимум 100 балів) визначається як сума балів за систематичну роботу протягом семестру з урахуванням модульних контрольних робіт. Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання.

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Підсумкова оцінка
Мінімум	20	20	20	60
Максимум	34	33	33	100

Для студентів, які набрали у семестрі сумарно меншу кількість балів, ніж 60, для одержання заліку пишуть підсумкову контрольну роботу (тест) з обох модулів.

Якщо студент не з'явився на підсумковий контроль, у поточній рейтинговій відомості зазначається «не з'явився» та виставляється «0» балів за контрольну роботу. Студент, який з поважної причини пропустив ПКР, зобов'язаний надати відповідний документ, і викладач, за погодженням з дирекцією Навчально-наукового інституту журналістики, призначає нову дату проведення ПКР.

2 семестр

Змістовий модуль 4. Види бізнес-комунікацій

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	6x3 = 18	6x5 = 30
Модульна контрольна робота (тест)	1x12=12	1x20=20
Загальні бали за період навчання	30	50

Змістовий модуль 5. Специфіка контенту у соціальних мережах

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	$6 \times 3 = 18$	$6 \times 5 = 30$
Модульна контрольна робота (тест)	$1 \times 12 = 12$	$1 \times 20 = 20$
Загальні бали за період навчання	30	50

- підсумкове оцінювання:

- форма оцінювання – залік;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент за семестр – 100 балів.

Підсумкова кількість балів з дисципліни (максимум 100 балів) визначається як сума балів за систематичну роботу протягом семестру з урахуванням модульних контрольних робіт. Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання.

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Підсумкова оцінка
Мінімум	30	30	60
Максимум	50	50	100

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів, ніж 60, для одержання заліку пишуть підсумкову контрольну роботу (тест) з двох семестрових модулів.

Якщо студент не з'явився на підсумковий контроль, у поточній рейтинговій відомості зазначається «не з'явився» та виставляється «0» балів за контрольну роботу. Студент, який з поважної причини пропустив ПКР, зобов'язаний надати відповідний документ, і викладач, за погодженням з дирекцією Навчально-наукового інституту журналістики, призначає нову дату проведення ПКР.

7.2. Організація оцінювання

Дисципліна поділена на 5 змістових модулів (частини). Кожен змістовий модуль включає в себе практичні заняття та самостійну роботу студентів. 1 семестр завершується проміжним контролем, у 2 семестрі проводиться залік.

Оцінювання успішності знань студентів здійснюється у формі семестрового оцінювання (практичні заняття, самостійна робота, модульні роботи) і підсумкової контрольної роботи, якщо студент не набрав необхідної кількості підсумкових балів – 60.

Успішне виконання завдання (семінари, самостійна робота) – отримання за роботу не менше 60% від максимальної оцінки.

Усі семестрові роботи (семінари, самостійна робота) мають виконуватися вчасно, надсилатися на корпоративну пошту або в Google клас. На перевірку роботи викладачеві дається один робочий тиждень. Якщо студент з поважної причини пропустив семінар, то він має право його відпрацювати впродовж 14 календарних днів з моменту проведення семінару.

Змістовий модуль 1. Бізнес-контент

Критерії оцінювання:

Усна відповідь і участь в дискусіях

Усна відповідь і участь в дискусіях на семінарах:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення Змістового модулю 1 проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 1 бал); максимальна кількість балів – 9;

в) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливості зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

г) модульна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 5 з 9 правильних відповідей.

Змістовий модуль 2. Жанрова специфіка

Критерії оцінювання:

Усна відповідь і участь в дискусіях на семінарах:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення змістового модуля проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 1 бал) – максимальна кількість балів – 8;

б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

в) модульна контрольна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 5 з 8 правильних відповідей.

Змістовий модуль 3. Підготовка публікацій

Критерії оцінювання:

Усна відповідь:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Модульна контрольна робота у вигляді підготовки журналістського матеріалу для публікації. Максимальна кількість балів – 8

- а) змістова частина відповідає вимогам щодо обрання теми – 2 бали;
- б) робота виконана грамотно, достатній обсяг – 2 бали;
- в) виконується у встановлений час і презентується на тематичному семінарі – 2 бали;
- г) має відповідне оформлення – 2 бали.

Змістовий модуль 4. Види бізнес-комунікацій

Критерії оцінювання:

Усна відповідь і участь в дискусіях

Усна відповідь і участь в дискусіях на семінарах:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом семінарського заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення Змістового модулю 1 проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 2 бали); максимальна кількість балів – 20;

в) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливості зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

г) модульна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 12 з 20 правильних відповідей.

Змістовий модуль 5. Специфіка контенту в соціальних мережах

Критерії оцінювання:

Усна відповідь і участь в дискусіях

Усна відповідь і участь в дискусіях на семінарах:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних компетентностей;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення Змістового модулю 1 проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 2 бали);
максимальна кількість балів – 20;

в) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливості зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

г) модульна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 12 з 20 правильних відповідей.

Шкала відповідності оцінок:

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни.

V семестр. Тематичний план практичних занять і самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль 1. Бізнес-контент</i>				
1.	Тема 1.-3. Сучасні українські ділові видання. Поняттєвий апарат галузі. Медіа як бізнес		20	12
2.	Тема 4.-6. Специфіка контенту ділових медіа. Порівняльний аналіз		26	28
	Усього		46	40
<i>Змістовий модуль 2. Жанрова специфіка</i>				
1.	Тема 7.-9. Класифікація жанрів		10	10
2.	Тема 10.-12. Жанрова специфіка ділового контенту		14	28
	Усього		24	38
<i>Змістовий модуль 3. Підготовка публікацій</i>				
1.	Тема 12.-14. Практика підготовки публікацій аналітичних жанрів		10	20
2.	Тема 15.-17. Практика підготовки публікацій жанрів публіцистики		14	18
	Усього		24	38

Загальний обсяг **210** год., в тому числі:

практичних – **94** год.

самостійної роботи – **116** год.

VI семестр. Тематичний план практичних занять і самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. Види бізнес-комунікацій				
1.	Тема 1.-3. Соціальні мережі як бізнес-майданчик		8	14
2.	Тема 4.-6. Створення бізнес-бренду у соціальних мережах		12	10
	Усього		20	24
Змістовий модуль 2. Специфіка контенту в соціальних мережах				
1.	Тема 8.-10. Особливості контенту в соціальних мережах.		10	12
2.	Тема 11.-13. Маркетингові комунікації в соціальних мережах		14	10
	Усього		24	22

Загальний обсяг **90** год., в тому числі:
 практичних – **44** год.
 самостійної роботи – **46** год.

Загальний обсяг за 2 семестри **300** год., в тому числі:
 практичних – **138** год.
 самостійної роботи – **162** год.

9. Рекомендована література

Основна:

9. Рекомендована література

Основна:

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості Львів: ПАІС, 2000. 180 с.
2. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. / за ред. В. В. Різуна. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2012. 352 с.
3. Гарус А. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільно-політичної та економічної тематики. https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2020/02/CEEJ_policy-brief-1.pdf
4. Ділова преса України : монографія/ Л. М. Дудченко – Суми : Сумський держ. ун-т, 2019, 154 с.

Додаткова:

5. Альтер А. Нездоланні. Про збільшення кількості технологій, які призводять до звикання, і про бізнес, який тримає на гачку. – К., 2017. – 352 с.
6. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією /Вікторія Берещак. – Київ : Yakaboo Publishing, 2023. – 200 с. ISBN 978-617-8107-64-2 (електорне видання)
7. Бужинська Ю. О. Типологічна характеристика журнальних ділових видань / Ю. О. Бужинська // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2011. № 2. С. 9 – 14.
8. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації : Короткий словник термінів і понять / Григорій Вартанов. — К. : Грамота, 2005. — 64 с.

9. Володченко О. М. Реалізація етичних стандартів у сучасній діловій журналістиці / О. М. Володченко // Наукові записки Інституту журналістики. 2008. Т. 31. С. 13 – 18.
10. Гутброд Г. Успішна комунікація в бізнесі та освіті: навч. посіб. / Г. Гутброд, О. Беляков. Київ: Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2006. 207 с.
11. Гороховський О.М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник. Дніпро : ЛПРА, 2017. 133 с. 4.
12. Дейвіс Н. Новини пласкої землі / пер. з англ. С.Андрухович Київ : Темпора, 2011. 548 с.
13. Денисенко А. М. Дослідження контенту ділової преси / А. М. Денисенко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадського. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2010. Т. 24 (63), № 4, ч. 2. С. 37 – 47.
14. Желіховська Н. С., Різун В. В. Сучасна українська публіцистика: теорія і практика : навч. посіб., К., 2016, 158 с.
15. Ів Аньєс. Підручник із журналістики Київ : ВД «КиєвоМогилянська академія», 2013. 544 с. 2.
16. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
17. Каппон Рене Дж. Наставни журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний poradник / Рене Каппон / Пер. з англ. А. Іщенко. — К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». — 2005. — 125 с.
18. Климнюк Т. А. Ділова преса : історія та сучасність / Т. А. Климнюк, В. О. Гандзюк // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. Луцьк, 2012. № 2 (2). С. 97 – 99.
19. Краснова Н. Деловые издания [Електронний ресурс] / Н. Краснова // Контракты. 2003. № 47. <http://archive.kontrakty.ua/gc/2003/47/2-delovye.html?lang=ua>.
20. Кукушкін О. М. Стратегія розвитку вітчизняних періодичних видань (на прикладі газети «Бізнес») / О. М. Кукушкін // Поліграфія і видавнича справа. Львів, 2006. Вип. 43. С. 46 – 51.
21. Ларіна К.В. Просування брендів. Корисний блог в Інстаграмі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/brand_focus/
22. 10. Online Reputation Management. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.businesscontent.com/reputation-management/>
23. Невалов А. Г. Моніторинговий аналіз економічної тематики в українських ЗМІ / А. Г. Невалов // Наукові записки Інституту журналістики. 2002. Т. 8. С. 67 – 78.
24. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект / М. І. Недопитанський // Наукові записки Інституту журналістики. 2006. Т. 23. С. 184 – 186.
25. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа: моногр. / Д. О. Олтаржевський. Київ: Центр вільної преси, 2013. 308 с.
26. Палійчук А. В. Особливості розвитку сучасної ділової преси України / А. В. Палійчук // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 33 – 35.
27. Підприємництво: практикум. Навчальний посібник / Мазур І.І., Богуславський О.В., Свтушевська О.В., Ігнатович Н.І. та інші (усього 8 осіб). – К.: ВПЦ «Київський університет», 2016. – 255 с.
28. Різун В. Теорія масової комунікації: підручн. для студ. галузі 0303 "журналістика та інформація". // В.В. Різун. – К.: Видавничий центр "Просвіта", 2008. – 260с.
29. Рендал Д. Універсальний журналіст / Девід Рендал.- [Режим електронного доступу]: <http://media.onua.edu.ua/2014-02-11-23-28-21/rekomenduemo/navchalna-literatura/354-universalnij-zhurnalist-devid-rendal>
30. Телевізійна журналістика. Теорія і практика: навч. посіб. 2-е вид. Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 262 с.

31. Ситник О.В. Комунікативність композиційно-графічної моделі мережевого медіа як умова створення інформаційно-діяльнісного простору здійснення комунікації // Наукові записки Інституту журналістики. 2015. Т. 58. С. 140-147. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2015_58_24 (дата звернення: 25.08.2022)
32. Ситник О.В. Медіадизайн як інноваційний розвиток проектування // Проблеми сучасного підручника: зб. наук. праць / гол. ред. В. М. Мадзігон; наук. ред. О. М. Топузов Київ : Пед. думка, 2014. Вип. 14. С. 661– 667. URL : http://ipvid.org.ua/upload/iblock/e34/e3491909c066a98c14450109610d5_95f.pdf (дата звернення: 25.08.2022)
33. Черемних І.В. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с. URL:<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdily&rozdil=6>
34. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб. Вид 2. доп. Київ : ВПК Експрес-поліграф, 2018. 304 с. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdily&rozdil=6>
35. Chermnykh I. Digital Generation's Motivational Advantages in Creative Economics of Digital Era. International Journal of Innovative Technologies in Economy journal. *RS Global. Warsaw, Poland.* № 3/35. 2021. Index Copernicus DOI: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30092021/7663
36. Arrese A. Economic and financial press / A. Arrese // Pamploma, 2001.
37. Auletta K. The Best Business Stories of the Year/K. Auletta, A. Leckey // Edition Paperback. – January 8, 2002. – New York, 2002.
38. Baird R. N. Industrial and business journalism / R. N. Baird, A.T. Turnbull. New York, 1971.
39. Elfenbein J. Business journalism / J. Elfenbein. New York, 1969.
40. Forsyth D. The business press in America / D. Forsyth. Philadelphia, 1964.
41. Greco A. Business journalism management notes and cases / A. Greco. New York, 1988.
42. Grunwald E. The business press editor / E. Grunwald. New York, 1988.
43. Roush G. Profits and losses: business journalism and its role in society / G. Roush. Oak Park, 2006.