

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
Навчально-науковий інститут журналістики  
Кафедра видавничої справи та редагування

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Заступник директора  
з навчально-виховної роботи  
Віталій КОРИСЄВ  
« 31 » листопада 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ФУНДАМЕНТАЛЬНА ФАХОВА ПІДГОТОВКА  
З ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МЕДІАРЕДАГУВАННЯ  
для студентів

галузь знань  
спеціальність  
освітній рівень  
освітньо-професійна програма  
вид дисципліни

06 «Журналістика»  
061 «Журналістика»  
перший, бакалавр  
видавнича діяльність та медіаредагування  
обов'язкова

Форма навчання: денна  
Навчальний рік: 2022/2023  
Семестр: 5–6  
Кількість кредитів ECTS: 6  
Мова викладання: українська  
Форма заключного контролю: іспит

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.

КИЇВ – 2022

**Розробники:**

Марина ЖЕНЧЕНКО, док. наук із соц. ком., доц., проф. кафедри видавничої справи та редагування

Тетяна КРАЙНІКОВА, док. наук із соц. ком., доц., проф. кафедри видавничої справи та редагування

Василь ТЕРЕМКО, док. наук із соц. ком., доц., зав. кафедри видавничої справи та редагування

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри видавничої справи та редагування

 (Василь ТЕРЕМКО)

Протокол № 11 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол № 1 від «29» серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУСВА)

«29» серпня 2022 року

### **1. Мета дисципліни:**

здобуття базових знань з теорії видавничої справи та редагування, опанування правових та економічних основ видавничої діяльності, формування компетентностей, необхідних для практичної професійної діяльності видавця та редактора на різних ринках та з різними видами друкованої та електронної медіапродукції.

### **2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:**

- робота з комп'ютером як засобом управління інформацією; володіння базовими навичками використання програм для підготовки медіапродукції;

- уміння збирати й обробляти інформацію для підготовки матеріалів в інформаційних журналістських жанрах;

- перший досвід підготовки оригінал-макету друкованої газети/журналу.

### **3. Анотація навчальної дисципліни:**

Дисципліна «Фундаментальна фахова підготовка» викладається студентам третього курсу ОПП «Видавнича діяльність та медіареагування». Курс передбачає опанування основ теорії видавничої справи та редагування, усвідомлення актуальної ринкової ситуації і тенденцій, вироблення готовності до практичної діяльності за фахом.

Дисципліна поділена на 6 змістових модулів.

*У н'ятому навчальному семестрі студенти опановують чотири змістові модулі:*

- ЗМ-1. Правові та економічні основи видавничої діяльності;

- ЗМ-2. Видавничі продукти (проекти);

- ЗМ-3. Технології редакційно-видавничого процесу. Цифрові інструменти у роботі редактора та видавництва;

- ЗМ-4. Компетентності та самоорганізування редактора.

*У шостому навчальному семестрі студенти опановують три змістові модулі:*

- ЗМ-1. Ринок друкованої видавничої продукції: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди;

- ЗМ-2. Цифровий видавничий ринок: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди.

- ЗМ-3. Філософія.

Курс передбачає комплекс самостійних робіт, в межах яких студенти відпрацьовують здобуті знання.

### **4. Завдання (навчальні цілі):**

- сформувати поняття про видавничу справу в системі соціальних комунікацій;

- ознайомити з основними положеннями теорії видавничої справи та редагування, авторського права, профстандартами;

- сформувати розуміння трендів сучасного видавничого ринку, лідерів, їхніх стратегій і проєктів;

- поглибити розуміння технологій редакційно-видавничого процесу, професійного інструментарію;

- виробити компетентності, пов'язані із самоорганізацією, роботою в редакційному колективі.

### **5. Результати навчання за дисципліною**



*СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+СК08(ВДМР). Здатність застосовувати знання з видавничої сфери у своїй професійній діяльності.	+	+	+	+	+	+	+	+	+
*ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+ПР23(ВДМР). Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про видавничу діяльність та редагування.	+	+	+	+	+	+	+	+	+

## 7. Схема формування оцінки

### 7.1 Форми оцінювання студентів:

У п'ятому та шостому навчальних семестрах відбувається оцінювання за роботу на практичних заняттях, виконання самостійної роботи — 38 балів.

По завершенню кожного із семестрів проводиться підсумкове оцінювання у формі іспиту — 40 балів.

Максимальна кількість балів, які можуть бути отримані студентом з навчальної дисципліни протягом семестру, — 100 балів.

*Умови допуску до іспиту.*

Успішне проходження семестрового оцінювання, виконання практичних завдань та самостійних робіт. Рекомендований мінімум допуску до іспиту — 36 балів, критично-розрахунковий мінімум — 20 балів.

### 7.2. Організація оцінювання

Дисципліна поділена на 6 змістових модулів. Кожен змістовий модуль включає в себе лекції, практичні заняття та самостійну роботу студентів. Наприкінці п'ятого навчального семестру проводиться підсумковий іспит рівня засвоєння знань навчального курсу. Наприкінці шостого навчального семестру — іспит на базі філософського факультету (бали за змістові модулі, засвоєні на базі кафедри видавничої справи та редагування, передаються колегам із філософського факультету).

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1, 1.2), що складає 70% від загальної оцінки й оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1.–2.4.); (комунікація 3.1., 3.2.) (автономність та відповідальність 4.1.), що складає 30% загальної оцінки.

Усі робочі матеріали та завдання, необхідні для засвоєння навчального курсу, завантажуються у гугл-клас. Студенти мають завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. Результати оцінених робіт студент отримує на свій акаунт, підсумкова оцінка розраховується автоматично.

Студент з індивідуальним графіком навчання виконує обов'язкові завдання, зазначені в гугл-класі відповідно до тем занять.

Для оцінки знань студента використовується принцип нарахування балів за виконані завдання з подальшим їх переведенням у оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (див. 7.3 Шкала відповідності оцінок).

#### 5 СЕМЕСТР

#### Оцінювання у п'ятому навчальному семестрі:

	ЗМ-1	ЗМ-2	ЗМ-3	ЗМ-4	Іспит	Підсумкова оцінка
Мінімум	8	8	11	11	22	60
Максимум	15	15	15	15	40	100

#### Розподіл балів за темами навчальної дисципліни у п'ятому навчальному семестрі

Вид завдання	Вид роботи	Бали	
		Мін.	Макс.
<b>ЗМ-1.</b> Правові та економічні основи видавничої діяльності (Теремко В. І.)	Робота на аудиторних заняттях	3 б.×2 з.=6 б.	5 б.×2 з.=10 б.
	Самостійна робота	2	5
<b>ЗМ-2.</b> Видавничі продукти (проекти) (Женченко М. І.)	Робота на аудиторних заняттях	3 б.×2 з.=6 б.	5 б.×2 з.=10 б.
	Самостійна робота	2	5
<b>ЗМ-3.</b> Технології редакційно-видавничого процесу. Цифрові інструменти у роботі редактора та видавництва (Женченко М. І.)	Робота на аудиторних заняттях	3 б.×3 з.=9 б.	4 б.×3 з.=12 б.
	Самостійна робота	2	3
<b>ЗМ-4.</b> Компетентності та самоорганізування редактора (Теремко В. І.)	Робота на аудиторних заняттях	2 б.×3 з.=6 б.	4 б.×3 з.=12 б.
	Самостійна робота	2	3

#### Вимоги до самостійних робіт у п'ятому навчальному семестрі

##### **ЗМ-1. Правові та економічні основи видавничої діяльності (Теремко В. І.)**

##### *Самостійна робота*

1. Розробіть схему організаційних процедур щодо набуття заснованим видавництвом прав суб'єктності.
2. Сформулюйте місію та цілі видавництва або видавничого проєкту (за вибором студента).
3. Проаналізуйте Ліцензійний договір видавництва і визначте ключові його положення.

##### **ЗМ-2. Видавничі продукти (проекти) (Женченко М. І.)**

##### *Самостійна робота*

1. Опрацюйте:

- матеріали презентації до лекції 7;
  - пункт 1.3.1 «Концептуальні підходи у визначенні понять «конвергентні медіа», «мультимедіа», «мультиплатформність», «крос-медіа», трансмедіа» та пункти 5.2.2. «Фасетна класифікація як основа побудови типологічної моделі електронних видань» і 5.2.3. «Типологічна характеристика електронних видань» з монографії М. Женченко «Цифрові трансформації видавничої галузі»;
  - статтю "Transmedia (in The International Encyclopedia of Digital Communication and Society)" (презентації до лекцій, електронні версії монографії та статті є у гугл-класі).
2. Доберіть приклади мультиплатформного, крос-медійного і трансмедійного медіапроектів (зразки у прикріпці). Оформіть приклади у вигляді презентації чи гугл-документа.
  3. Схарактеризуйте довільне електронне видання за всіма ознаками фасетної класифікації електронних видань (див. презентацію до лекції 7 та с. 283-287 монографії М. Женченко "Цифрові трансформації видавничої галузі").

***ЗМ-3. Технології редакційно-видавничого процесу. Цифрові інструменти у роботі редактора та видавництва (Женченко М. І.)***

*Самостійна робота*

1. Опишіть етапи редакційно-видавничого процесу під час створення друкованої книги у межах курсу "Медіавиробництво: продукт".
2. Запропонуйте оптимальні цифрові інструменти для популяризації Вашого навчального видавничого проєкту.
3. Визначте та опишіть ефективні офлайнові та мережеві канали дистрибуції Вашого видавничого проєкту у форматі друкованої книжки та електронної книжки.

Під час підготовки самостійної роботи використовуйте матеріали презентацій до лекцій та розділу "Цифрові трансформації технологій редакційно-видавничого процесу" з монографії Марини Женченко "Цифрові трансформації видавничої галузі" (с. 205-259) (презентації та електронна версія монографії доступні у гугл-класі).

***ЗМ-4. Компетентності та самоорганізування редактора (Теремко В. І.)***

*Самостійна робота*

Проаналізуйте бюджет власного часу і розробіть на основі отриманих результатів індивідуальний органайзер, визначивши ключові зони активності.

**6 СЕМЕСТР**

**Оцінювання у шостому навчальному семестрі:**

	<b>ЗМ- 1</b>	<b>ЗМ-2</b>	<b>Підсумкова оцінка</b>
Мінімум	9	9	18
Максимум	17	17	34

***Розподіл балів за темами навчальної дисципліни у шостому навчальному семестрі***

Вид завдання	Вид роботи	Бали	
		Мін.	Макс.
ЗМ-1. Ринок друкованої видавничої продукції: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди (Теремко В. І.)	Робота на аудиторних заняттях	3зх1б=6б	3зх3б=9
	Самостійна робота	3	8
		9	17
ЗМ-2. Цифровий видавничий ринок: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди (Теремко В. І.)	Робота на аудиторних заняттях	2зх3б=6б	2зх5б=10
	Самостійна робота	3	7
		9	17

### Вимоги до самостійних робіт у шостому навчальному семестрі

**ЗМ-1. Ринок друкованої видавничої продукції: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди (Теремко В. І.)**

*Самостійна робота*

За статистичними даними Книжкової палати України визначте 3 багатопрофільні видавництва-лідери ринку друкованої продукції (критерії: кількість назв видань, загальний наклад за підсумками 2021 року), за інформацією їхніх сайтів опишіть по одному проєктові (назва, цільова аудиторія, автори, сукупні наклади, формати видань, комунікаційна активність).

**ЗМ-2. Цифровий видавничий ринок: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди (Теремко В. І.)**

*Самостійна робота*

1. Оберіть країну та коротко проаналізуйте сучасні тенденції випуску аудіокниг в обраній країні.

Для пошуку та аналізу інформації використовуйте матеріали фахових зарубіжних електронних видань, зокрема: Book Business Magazine, Digital Book World, Publishing Perspectives, Publishers Weekly, ForeWord Reviews, Independent Publisher Magazine, International Digital Publishers Forum, Library Journal та звіти про тренди та розвиток ринку аудіокниги, надані викладачем в гугл-класі.

2. Підготуйте презентацію, захист якої відбудеться на практичному занятті. Обов'язково зазначте у презентації список використаних джерел.

3. За матеріалами наданого викладачем у гугл-класі відеозапису зустрічі студентів із редакторкою аудіокниг, напишіть есе на тему «Специфіка роботи редактора аудіокниги».

### 7.3 Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	90–100
Добре/ Good	75–89
Задовільно/ Satisfactory	60–74
Незадовільно/ Fail	0–59
Зараховано/ Passed	60–100
Не зараховано/ Fail	0–59

## 8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій, практичних занять і самостійної роботи

### 5 семестр

№ п/п	Тема заняття	Лекц.	Семін.	С. р.
<b><i>Змістовий модуль 1. Правові та економічні основи видавничої діяльності</i></b>				
1	Нормативно-правова база видавничої діяльності (українські законодавство і стандарти, міжнародні нормативи, центри видавничої політики, професійні об'єднання видавців і редакторів). Суб'єкти видавничої діяльності (загальна характеристика, набуття суб'єктності, виробничі процеси, взаємодії та відносини).	2	2	5
2	Видавництво – центр видавничої діяльності. Класифікація видавництв. Зовнішнє середовище та комунікаційне поле видавництва. Організаційна структура видавництва. Договірні відносини видавництва. Види і структура договорів.	2	2	5
3	Видавництво як суб'єкт бізнесу. Місія, цілі та корпоративна культура видавництва. Джерела діяльності, основні бізнес-процеси, структура доходів і витрат видавництва. Бізнес-план, маркетинговий план видавництва, калькуляція видання. Національні та міжнародні програми фінансової підтримки видавничої діяльності.	2		5
4	Конкурентне середовище, потенціал, ресурси, ключові чинники успіху і конкурентних переваг видавництва. Цільові аудиторії видавничої продукції. Читання як інструмент роботи з цільовими аудиторіями. Видавничі стратегії. Ризики видавничої діяльності. Діяльність видавництва на зовнішніх ринках.	2		4
<b><i>Змістовий модуль 2. Видавничі продукти (проекти)</i></b>				
5	Загальна характеристика видавничих стандартів. Поняття «видання», «видавнича продукція». Класифікація видань. Видавничо-поліграфічна типометрія. Одиниці обліку видавничої і поліграфічної продукції. Життєвий цикл видавничої продукції.	2		5
6	Видавнича програма, видавничий план, видавничий асортимент (репертуар). Видавнича статистика. Матеріальна конструкція та архітектоніка видання. Складання та оформлення вихідних відомостей видання.	2	2	4
7	Електронні видання: класифікація, формати, вимоги національних і міжнародних стандартів. Мультиплатформні, кросмедійні і трансмедійні проекти у книжковому і газетно-журнальному виробництвах.	2	2	5
<b><i>Змістовий модуль 3. Технології редакційно-видавничого процесу. Цифрові інструменти у роботі редактора та видавництва Женченко</i></b>				

8	Видавничий і редакційний процеси. Етапи редакційно-видавничого процесу. Цифрові інструменти в роботі редактора: друковані словники, довідники, інструкції тощо, стандарти та рекомендації міжнародних асоціацій редакторів. Новітні програми перекладу, редагування і коректури текстів українською та іноземними мовами.	2	2	5
9	Технології макетування і верстання друкованих та е-книг, е-версій газет, журналів, вебсайтів (огляд технологічних можливостей і програмного забезпечення для створення е-книг, е-журналів у форматі інтерактивного pdf, epub із фіксованою і плинною версткою; CMS-систем, веб-конструкторів, мов програмування для створення сайтів).	2	2	5
10	Основи поліграфічного виробництва. Специфіка співпраці видавництва з поліграфічним підприємством. Цифровий друк. Друк на вимогу.	2		4
11	Цифрові інструменти просування та дистрибуції видавничої продукції. Суб'єкти цифрової дистрибуції видавничого контенту. Моделі цифрової дистрибуції контенту.	2	2	5
<b>Змістовий модуль 4. Компетентності та самоорганізування редактора</b>				
12	Редактор – продюсер автора і книги. Редактор у системі внутрішньовидавничих комунікацій. Комунікації редактора із суб'єктами зовнішнього середовища видавництва. Комунікаційна і маркетингова культура редактора.	2		4
13	Креативний потенціал і творча діяльність редактора. Сучасні редакторські професії. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ: вимоги до компетенцій редактора. Специфіка роботи редактора в нових медіях.	2	2	5
14	Робота редактора з документами. Культура листування та уміння презентувати власні результати, проекти.	2	2	5
15	Тайм-менеджмент у діловій культурі редактора.	2	2	4
<b>Разом</b>		<b>30</b>	<b>20</b>	<b>70</b>

У 5 семестрі загальний обсяг — 4 кредити (120 год.), в тому числі:

лекції — 30 год.;

семінари — 20 год.;

самостійна робота — 70 год.

#### 6 семестр

№п /п	Тема заняття	Лекц	Семін.	С. р.
<b>Змістовий модуль 1. Ринок друкованої видавничої продукції: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди</b>				
1	Художні видання і видання нон-фікшн (оригінальні і перекладні)	2	2	8
2	Дитячі та підліткові видання (художні і нон-фікшн, оригінальні і перекладні)	2	2	8

3	Наукові, навчальні, науково-популярні, довідкові та видання	2	2	8	
<b>Змістовий модуль 2. Цифровий видавничий ринок: лідери ринку, знакові продукти, актуальні тренди</b>					
4	Глобальне та українське електронне книговидання. Тенденції розвитку, основні гравці, тренди видання аудіокниги в Україні та світі. Етапи створення аудіокниги. Специфіка роботи та основні компетентності редактора аудіокниг.	2	2	8	
5	Технологія доповненої реальності у діяльності видавництва/медіа. Типи, сфери застосування, переваги та недоліки доповненої реальності. Український та світовий ринок видань з доповненою реальністю: статистичні дані, видавництва, типи видань. Етапи створення, програмне забезпечення для проєктів з доповненою реальністю.	2	2	8	
<b>Разом</b>		<b>10</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	
<b>Змістовий модуль 3. Філософія</b>					
<b>Ч. 1. Вступ до філософії</b>					
7	<b>Тема 6.</b> Філософія як соціокультурний феномен	2	2	4	
8	<b>Тема 7.</b> Філософія і світогляд		2	4	
9	<b>Тема 8.</b> Філософія як система знання	2	2	4	
10	<b>Тема 9.</b> Категорії філософії, їх зміст і функції	2	2	4	
11	<b>Тема 10.</b> Основні етапи розвитку філософської думки	2	2	4	
12	Контрольна робота	2			
<b>Ч. 2. Теоретична філософія</b>					
13	<b>Тема 11.</b> Філософське вчення про буття	2	2	4	
14	<b>Тема 12.</b> Людина як предмет філософського розуміння	2	2	4	
15	<b>Тема 13.</b> Філософія свідомості	2	2	4	
16	<b>Тема 14.</b> Теорія пізнання	2	2	4	
17	<b>Тема 15.</b> Філософія і методологія	2		4	
18	Контрольна робота	2			
<b>Ч. 3. Практична філософія</b>					
19	<b>Тема 16.</b> Філософське осмислення історичного процесу	2	2	3	

20	<b>Тема 17.</b> Суспільство як предмет філософії	2	2	3	
21	<b>Тема 18.</b> Філософське осмислення політичного життя	2	2	2	
22	<b>Тема 19.</b> Філософське осягнення економічної сфери життєдіяльності суспільства і людини	2	2	2	
23	Консультації				4
24	Самостійна робота			10	
	<i>Разом</i>	30	26	60	4

У 6 семестрі загальний обсяг — 2 кредити (60 год.), в тому числі:  
лекції — 10 год.;  
семінари — 10 год.;  
самостійна робота — 40 год.

## 9. Рекомендовані джерела:

### Основні:

1. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ : Держспоживстандарт України, 2016. 42 с.
2. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 254 с.
3. Водозазька Світлана Доповнена реальність: фактори уповільненого проникнення на видавничий ринок // VI Тикторівські читання «видавнича справа в Україні: на перехресті традицій та інновацій» (20–21 травня 2021 р.) URL: <http://mk.uad.lviv.ua/storage/uploads/Vodolazka.pdf>
4. Водозазька С. Радикальні інновації східноєвропейської видавничої галузі: монографія. К. : ТОВ «Авега», 2015. 370 с.
5. Женченко М., Женченко І., Прихода Я., Харламова Т. Підручники для Нової української школи як засіб ефективної освітньої комунікації: дискурс-аналіз і проблеми культури видання. *Актуальні питання масової комунікації*. 2019. Т. 25. С. 46-60.
6. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія. 2-ге видання, змінене і доповнене. 2019. 440 с.
7. Зелінська А. А. Семантичні межі поняття «книга нон-фікшн». *Актуальні питання масової комунікації: науковий журнал / голов. ред. В. В. Різун; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка*. Київ, 2015. Вип. 18. С. 62–73.
8. Крайнікова Т. С. Культура видання: основоположні поняття, типологія видань, вимоги стандартів : навчальний посібник. Київ : Інститут журналістики, 2021. 156 с.
9. Пономарів О.Д. Українське слово для всіх і для кожного / Олександр Пономарів ; [передм. І. Дзюби ; голов. ред. С. Головка]. Вид. 2-ге. Київ : Либідь, 2017. 359, [1] с.
10. Теремко В. І. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. Київ : Академвидав, 2012. 328 с.
11. Шалінський І. П. Композиція видання: Дизайн художньої літератури: практикум [Електронний ресурс] : навчальний посібник для студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. І. П. Шалінський. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 93 с.

12. *Zhenchenko M., Melnyk O., Miroshnychenko V., Zhenchenko I.* Electronic Textbooks for Ukrainian Education: Statistics, Models of Development, Quality Problems. CEUR Workshop Proceedings. 2020. Vol. 27-32. P. 721-733.

13. *Zhenchenko M., Melnyk O., Prykhoda Y., Zhenchenko I.* Ukrainian E-Learning Platforms for Schools: Evaluation of Their Functionality. International Review of Research in Open and Distributed Learning. Vol. 23, № 2. P. 136-150.

**Додаткові:**

1. *Владарчик, Яцек.* 2002. Маркетинг у видавничій справі — фантазія чи дійсність? Львів: Кальварія.

2. *Герасимова О.О. Женченко М. І.* Кросмедійні шкільні підручники: поняття, класифікація, проблеми редакційно-видавничої підготовки // Поліграфія і видавнича справа / Printing and publishing. 2022 / 1 (83).

3. *Гула Є. П., Денисенко Ю. М., Денисенко К. В., Дульська Я. О., Ганесян С. В.* Вплив стильових тенденцій світової культури на дизайн дитячої художньої книги.

4. *Женченко М., Прихода Я., Женченко І.* Вплив фахових семінарів, тренінгів для видавців на рівень видавничої культури підручників для Нової української школи // Видавнича справа в Україні: на перехресті традицій та інновацій : матеріали VI Тикторівських читань. Львів : УАД. С. 48-54.

5. *Терханова О. В.* Редактор у традиційних та онлайн-медіа // Communications and Communicative Technologies. 2019. Вип. 19.

6. *Блинова Н. М.* Специфіка редагування конвергентних ЗМІ. // Держава та регіони. Науково-виробничий журнал. Серія: Соціальні комунікації. 2017. № 1(26). С. 122–126.

7. *Дмитрів Л.* Якість текстового контенту сайту з погляду редактора. // Вісник Книжкової палати. 2014. № 9. С. 1–3.

8. *Назаренко О. В.* Якість текстового контенту сайту корисних порад (на прикладі ресурсу <http://poradumo.pp.ua>). // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2018. № 4(36). С. 79–82.

9. *Zhenchenko M., Prykhoda Y., Melnyk O., Zhenchenko I.* Harmonization of Structuring Requirements for Ukrainian Scientific Articles on Social Communications with the EASE Guidelines : poster. 15th EASE General Assembly and Conference. URL: <https://ease.org.uk/ease-events/15th-ease-conference-2021/poster-presentations-2021/>

10. Український правопис. Київ : Наук. думка, 2019. 392 с.