

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов



2019 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Створення і ведення комунікаційного проекту

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми «Медіа-комунікації»

Київ – 2019



Розробники: Южда Г.Г., доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Южда Г.Г., доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від « 29 » 08 2019 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії) [підпис] (В.О. Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____

____ . ____ 20 ____ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи) [підпис] (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

____ . ____ 20 ____ р.

Заступник директора Інституту журналістики [підпис] (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (____), “ ____ ” ____ 20 ____ р., протокол № ____
на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (____), “ ____ ” ____ 20 ____ р., протокол № ____
на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (____), “ ____ ” ____ 20 ____ р., протокол № ____
на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (____), “ ____ ” ____ 20 ____ р., протокол № ____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
Створення і ведення комунікаційного проекту		
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	5	5
Семестр	10	10
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	
Обсяг кредитів	4,5	4,5
Обсяг годин, в тому числі	135	135
Аудиторні	36	16
модульний контроль	8	
семестровий контроль		
самостійна робота	91	119
форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Створення і ведення комунікаційного проекту» покликаний формувати теоретичну і практичну базу магістра з медіа-комунікацій, тому **метою** його вивчення є теоретична підготовка й практична спеціалізація студентів, напрацювання ними досвіду створення і ведення комунікаційних проектів, вироблення навичок індивідуальної та колективної творчої роботи з інформаційними джерелами і технологіями створення матеріалів та способами їх просування на медіаринку.

Головне **завдання** курсу полягає в тому, щоб сформувати теоретичні знання, практичні навички й уміння, необхідні для створення та ведення комунікаційного проекту з метою належного задоволення комунікаційних потреб українських громадян, вироблення та реалізації ефективної комунікаційної політики держави.

Завданнями курсу є :

- вивчити понятійно-категоріальний апарат, в якому головними є терміни та поняття: культура комунікаційного проекту, концепція комунікаційного проекту, якість та ефективність комунікаційного проекту;
- з'ясувати чинники культури новітніх комунікаційних проектів, змістову структуру цього феномену;
- навчитися встановлювати та оцінювати смислові, дизайнерські та маркетингові концепції комунікаційних проектів різних видів, якісний рівень їх технологічного виконання;
- усвідомити сучасний стан і тенденції формування медіа-культури в Україні в сегменті комунікаційних проектів;
- навчити студентів розробляти концепції власних комунікаційних проектів та реалізувати їх на практиці.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Створення і ведення комунікаційного проекту» студент знатиме:

- специфіку комунікаційного проекту як об'єкта й методу журналістської діяльності,
- методика створення комунікаційного проекту та його просування;
- основні етапи роботи над створенням комунікаційного проекту.

Студент умітиме:

- визначати актуальну тему для створення комунікаційного проекту, його мету, ціль та завдання;
- збирати, вивчати і аналізувати наявну інформацію, необхідну для створення комунікаційного проекту, знаходити оптимальні способи досягнення мети;
- виконувати заплановані технологічні операції у ході роботи над комунікаційним проектом;
- здійснювати SWOT-аналіз розробленого проекту (його сильні і слабкі сторони, можливості і загрози);
- розробляти концепцію просування власного комунікаційного проекту та оцінювати його якість.

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетенції:**

фахові:

- журналістські;

загальні:

- аналітичні;
- комунікативні;
- психологічні;
- самоосвітні.

У результаті вивчення курсу студенти набувають таких компетентностей: **ЗК1** – здатність до когнітивної гнучкості, **ЗК2** – здатність генерувати нові ідеї (креативність), **ЗК4** – здатність координувати дії з іншими, **ЗК9** – здатність цінувати й поважати різноманітність і мультикультурність, **ФК4** – здатність зрозуміло й недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, **ФК7** – здатність ефективно просувати створений медійний продукт, **ФК8** – здатність ухвалювати рішення в складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування, **ФК10** – здатність виявляти свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди, **ФК11** – здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької та/або інноваційної діяльності.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Від задуму до реалізації							
Тема 1. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проекту.	11	2	2				7

Тема 2. Основні етапи творчого процесу над створенням комунікаційного проекту.	9		2				7
Тема 3. Розробка концепції комунікаційного проекту (місія, ціль і завдання, цільова аудиторія)	11	2	2				7
Тема 4. SWOT-аналіз проекту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози)	9		2				7
Тема 5. PEST-аналіз проекту (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проекту)	9		2				7
Модульний контроль	2						
Разом	51	4	10				35
Змістовий модуль II. Створення комунікаційного проекту							
Тема 6. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проекту	11	2	2				7
Тема 7. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проектів	11	2	2				7
Тема 8. Реалізація комунікаційного проекту	9		2				7
Модульний контроль	2						
Разом	33	4	6				21
Змістовний модуль III. Постпродакшн							
Тема 9. Основні етапи постпродакшн	11	2	2				7

Тема 10. Постпродакшн різних видів медіа-продуктів (відео-, аудіо-, фото-, медіа контент)	9		2				7
Модульний контроль	2						
Разом	22	2	4				14
Змістовний модуль IV. Просування і монетизація комунікаційного проекту							
Тема 11. Розробка стратегії просування проекту	9	2					7
Тема 12. Запуск проекту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах	9		2				7
Тема 13. Монетизація проекту	9		2				7
Модульний контроль	2						
Разом	29	2	4				21
Підготовка та проходження контрольних заходів							
Усього	135	12	24				91

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	

Змістовий модуль I. Від задуму до реалізації							
Тема 1. Основні етапи творчого процесу над створенням комунікаційного проекту	23	2	2				19
Тема 2. Розробка концепції комунікаційного проекту (місія, ціль і завдання, цільова аудиторія)	22		2				20
Тема 3. SWOT-аналіз проекту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози)	22		2				20
Модульний контроль							
Разом	67	2	6				59
Змістовий модуль II. Створення комунікаційного проекту							
Тема 4. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проекту	24	2	2				20
Тема 5. Реалізація комунікаційного проекту	22		2				20
Тема 6. Розробка стратегії просування проекту	22		2				20
Модульний контроль							
Разом	68	2	6				60
Підготовка та проходження контрольних заходів							
Усього	135	4	12				119

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Від задуму до реалізації

Лекція 1. *Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проекту. – 2 год.*

Основні етапи творчого процесу над створенням комунікаційного проекту: **пошуковий** (визначення теми проекту, пошук і аналіз проблеми, постановка мети проекту), **аналітичний** (збір і вивчення наявної інформації, пошук оптимального способу досягнення мети), **практичний** (виконання запланованих технологічних операцій, поточний контроль якості, внесення (за необхідності) змін у роботу, **презентаційний** (підготовка презентаційних матеріалів, презентація проекту, вивчення можливостей використання проекту), **контрольний** (аналіз результатів виконання проекту, оцінювання якості виконання проекту).

Література: 2, 5–7, 11.

Семінар 1. Сутність комунікаційного проекту. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проекту.

Література: 2, 5–7.

Семінар 2. Основні етапи творчого процесу над створенням комунікаційного проекту.

Література: 5–7, 11.

Лекція 2. *Розробка концепції комунікаційного проекту (місія, ціль і завдання, цільова аудиторія – 2 год.*

Підготовка анотації проекту. Оцінка потреби проекту, його актуальності, інноваційності, соціально-комунікаційної спрямованості, реальної можливості виконання проекту. Складання переліку заходів проекту. Визначення очікуваних результатів, цільових груп проекту, обсягу коштів, необхідних для його реалізації, джерел його фінансування.

SWOT-аналіз проекту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози). PEST-аналіз проекту (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проекту).

Література: 2, 7, 9.

Семінар 3. Розробка концепції комунікаційного проекту (місія, ціль і завдання, цільова аудиторія).

Література: 2, 9–13.

Семінар 4. SWOT-аналіз проекту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози).

Література: 2–4, 6–7.

Семінар 5. PEST-аналіз проекту (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проекту).

Література: 3–5, 7.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Створення комунікаційного проекту

Лекція 3. *Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проекту. – 2 год.*

Онлайн інструменти комунікацій: блоги, сайти, онлайн медіа, соціальні мережі.

Інтерактивний сторітейлінг: від великих текстів в інтернеті до лонгвідів, від таблиць та діаграм до анімацій, 3d інфографіки, від атласу до інтегрованої карти та графіка, від звичайної історії до інтерактивного сторітейлінгу.

Препродакшн (етапа підготовки до знімального процесу, аудіо запису, включаючи написання сценарію, підбір акторів, розкадрування та ін.),

Продакшн (сам знімальний процес або процес аудіо запису). Формування Layout, створення моделей і текстур, створення персонажів, об'єктів анімаційних ригів; R&D (Research & Development) – вода, вогонь, фури тощо; Look development; Фінальна анімація.

Сучасні тренди VR та AR (додана реальність) у створенні контенту. Журналістика та штучний інтелект.

Література: 2, 7, 10–13.

Семінар 6. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проекту.

Література: 2, 7, 10.

Лекція 4. *Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проектів. – 2 год.*

Призначення і основні функціональні можливості безкоштовної платформи blogger.com від Google. Функціональність налаштувань. Програми й алгоритми для ведення свого блогу. Створення пунктів меню, повідомлення, сторінки, обмін за допомогою блогу різною корисною інформацією, додавання текстового та графічного контенту, мультимедійних файлів, стандартних віджетів (соціальні закладки, лічильник відвідувачів, форма підписки, перекладач, опитування та ін.).

Загальне уявлення про безплатні спеціалізовані програми й платформи Todoist, Slack, Trello, GanttProject, Asana.

Література: 1, 2, 7.

Семінар 7. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проектів.

Література: 1, 2, 7.

Семінар 8. Реалізація комунікаційного проекту.

Література: 1, 2, 7.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

Постпродакшн

Лекція 5. Основні етапи постпродакшн. – 2 год.

Постпродакшн (обробка відзнятого матеріалу, монтаж, озвучування, комп'ютерна графіка і спецефекти, титри, кольорокорекція і т.д.).

Розкадровка та монтаж. Технологія художньої обробки відео: узгодженість звуку і відео зображення. Додатковий монтаж. Затвердження.

Література: 2, 7, 10–13.

Семінар 9. Основні етапи постпродакшн.

Література: 2, 7.

Семінар 10. Постпродакшн різних видів медіа-продуктів (відео-, аудіо-, фото-, медіа контент).

Література: 10–13.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV

Просування і монетизація комунікаційного проекту

Лекція 6. Розробка стратегії просування проекту. – 2 год.

Підготовка до запуску комунікаційного проекту. Аудиторія проекту. Створення бази контактів для просування проекту. Написання прес-релізу. Просування під час збору коштів. Просування в соціальних мережах (SMM). Розробка та впровадження рекламної політики, залучення рекламодавців до участі у проекті, розробка схем ефективних продажів реклами. Завершення проекту.

Література: 1, 2, 7, 10–13.

Семінар 11. Запуск проекту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах.

Література: 1, 2, 3.

Семинар 12. Монетизація проекту.

Література: 7, 10–13.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	5	5	3	3	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	5	50	3	30	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	3	15	3	15

Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом:			97		75		64		64
Максимальна кількість балів	300								
Розрахунок коефіцієнта	$300:100=3,00$								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль I

Від задуму до реалізації

Тема 1. Прочитати і проаналізувати працю О.Ключик «Перший крок – пошук джерел фінансування під проектну ідею» (посібник «П'ять вдалих кроків до європейського проекту», с. 16-32), підготуватись до семінару.

Тема 2. Прочитати і проаналізувати працю О.Ключик «Другий крок – праця над проектною ідеєю» (посібник «П'ять вдалих кроків до європейського проекту», с. 32-37), підготуватись до семінару.

Тема 3. Самостійно розробити концепцію власного комунікаційного проекту (бажано - малобюджетного), визначивши його місію, ціль і завдання, цільову аудиторію та презентувати на семінарському занятті.

Тема 5. Провести ґрунтовний SWOT-аналіз власного проекту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози), а також PEST-аналіз проекту (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проекту).

Підготувати тези доповіді до семінару.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Створення комунікаційного проекту

Тема 6. Підготувати реферат на тему: «Комунікаційні проекти Міністерства інформаційної політики України з популяризації української армії («Ти потрібен зараз», «Я АРМІЯ», «Там, де ми, - Україна», «На сторожі миру»»).

Тема 7. Підготувати реферат на тему: «П'ять безкоштовних програм для ведення проектів — чи допоможуть вони впорядкувати робочий безлад» (за матеріалами сайту Detektor.media, 19.02.2018)

Тема 8. Практична реалізація власного комунікаційного проекту (зйомка, запис, сторітейленг).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

Постпродакшн

Тема 9. Самостійне опрацювання основних етапів постпродакшн.

Тема 10. Постпродакшн власного медіа-продукту (обробка відзнятого матеріалу, монтаж, створення спецефектів, озвучування, комп'ютерна графіка і спецефекти, титри, кольорокорекція).

Змістовий модуль IV

Просування і монетизація комунікаційного проекту

Тема 11. Розробити маркетингову стратегію просування власного комунікаційного проекту (терміни реалізації, цільовий ринок), а також маркетинговий план.

Тема 12. Запуск проекту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах, які можуть бути пов'язані з тематикою проекту, або які мають ту саму цільову аудиторію.

Тема 13. Монетизація проекту. Розробка та впровадження рекламної політики, залучення рекламодавців до участі у проекті. Розробка схем ефективних продажів реклами.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Контрольна модульна робота включає:

1. Десять тестових завдань;
2. Два питання для перевірки самостійно виконаних завдань.

Критерії оцінювання:

1. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь - 1 б.
2. Кожне з питань для перевірки самостійно виконаних завдань - 7,5

б. (макс.), для цього вони мають відповідати наступним критеріям:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової

відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з курсу «Створення і ведення комунікаційного проекту» відбувається у межах заліку.

Критерії оцінювання навчальних досягнень з технології інтерв'ювання:

- виконання всіх видів навчальної роботи, передбачених робочою програмою з дисципліни;
- глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в основних та додаткових рекомендованих літературних джерелах;
- вміння аналізувати явища, що вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку;
- характер відповідей на поставлені питання (чіткість, лаконічність, логічність, послідовність тощо);
- вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Поняття «комунікаційний проект».
2. Структура концепції комунікаційного проекту.
3. SWOT-аналіз проекту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози).

4. PEST-аналіз проекту (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проекту).

5. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проекту.

6. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проектів.

7. Основні етапи постпродакшн.

8. Стратегія просування проекту.

9. Маркетинговий план.

10. Монетизація проекту.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 135 год., з них: лекційні – 12 год., семінари – 24 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 91 год.

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. 10 правил дизайну від Павла Салиги [Електронний ресурс] / Павло Салига // Режим доступу: <http://yellowarrow.ho.ua/ua/rules.html>.
2. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент / Христина Гац. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/novi-instrumentariyi-zhurnalistyky-abo-yak-vryatuvaty-nudnyy-kontent.html>
3. Дизайн и верстка сайтов. Обучающий видеокурс [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://fileaddnet.ucoz.ru/publ/books_create_site/dizajn_i_verstka_sajtov_ob_uchajushhij_videokurs/1-1-0-1484.
4. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 3-тє вид. – Львів : ПАІС, 2008. – 276 с.
5. Ключник О., Комаровський В., Косулецький П., Логвінов В., Матюхін С., Музичук О. П'ять вдалих проєктів до європейського проєкту. Посібник. – Варшава, 2009.
6. Кривошея Г. П. Журналістика: поняття, терміни / Г. П. Кривошея. — К. : КиМУ, 2004. — 202 с.
7. Кросмедія: контент, технології, перспективи / за заг. Ред. В. Е. Шевченка. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
8. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004.
9. Технологічні етапи виробництва відеоролика. – Режим доступу: http://stud.com.ua/34923/marketing/tehnologichni_etapi_virobnitstva_video_rolika.

Додаткова

1. Бурмака М. В. Контактні програми на телебаченні: особливості "допродакшн"-, "продакшн"- і "постпродакшн" -періодів. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1832>
2. Ивин А.А. Логика для журналистов: учебное пособие. – М., Аспект Пресс, 2002. – 224 с.

3. Конспект майстер-класу «VFX – це не просто постпродакшн». – Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1759>
4. Конспект майстер-класу «Бюджетування візуальних ефектів». – Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1885>
5. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації: Пер. с англ. О. Возьна, Г. Сташків. — Львів: Літопис, 2010. — 538 с.
6. Монтаж звука: ключевые этапы постпродакшн. – Режим доступу: <http://www.chemodanov-production.ru/stati/montazh-zvuka-klyuchevyye-etapy-postprodakshn>
7. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студ. вузов по спец. «Журналистика»/ Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. – СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. — Спб., — 2000.
8. http://katerinatregub.blogspot.com/2013/03/blog-post_2873.html
9. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. — К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008.— 260 с.
10. HTML-верстка і Web-програмування сайту. З чого почати? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://vispyanskiy.name/html-verstka-i-web-programuvannya-sajtu-z-choho-pochaty>