

## **Орієнтовна тематика випускних кваліфікаційних (дипломних) робіт**

1. Сучасні впливи процесу конвергенції на функціонування інформаційних агенцій економічної спрямованості.
2. Візуалізація аналітичного контенту економічних мережових медіа в сучасних умовах.
3. Економічні мережові ЗМК: типологічні ознаки та підхід до їх класифікації.
4. Специфіка формування контенту ЗМК економічної спрямованості в умовах трансформації характеру споживання медіа.
5. Сегментація економічної проблематики сучасного медійного контенту.
6. Структурна адаптація традиційних масмедіа у кросмедійний формат: організаційний та економічний аспекти.
7. Еволюційний розвиток економічної журналістики в Україні: організаційно-правові умови.
8. Економічний подкастинг: зрозуміло про економічні феномени (розвиток формату).
9. Антикорупційні розслідувальні медіапроекти (на прикладі «Наші гроші» з Денисом Бігосум).
10. Success Stories в сучасному українському медіадискурсі й розвиток підприємництва.
11. Потенціал медіапідтримки бізнесстартапів: українська практика «Business-to-businessmedia»: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку формату в Україні.
12. Економічні щотижневики як особливий.
13. Вплив глобальної бізнес-періодики на поступ української економічної журналістики.
14. «Спочатку були дані»: економічна журналістика як/та журналістика даних.

15. Джерела в економічній журналістиці: моделі використання та робота з кризовими ситуаціями.
16. Фейкові новини та економічна журналістика в глобальному цифровому медіапросторі
17. Наукова економічна журналістика в структурі соціальнокомунікаційної діяльності
18. Створення цінних новин: використання дисонансів в економічній журналістиці.
19. Українське журналістичознавство в постатях: змістовий та сутнісний підходи.
20. Становлення і розвиток економічної журналістики в Україні
21. Економічна журналістика в цифровому вимірі: платформи, тематика, аудиторія
22. Комунікативні практики суб'єктивізації в сучасній економічній журналістиці.
23. Культурно-семіотичні дослідження практики журналістики рішень в економічному медіа дискурсі.
24. Економічні дані в свідомості "міленіала": параметри зрозумілості та цікавості.
25. Когнітивно-прагматична специфіка економічного дискурсу в комунікативному просторі медіа.
26. Економічний аспект популяризації мови в українському медіапросторі: на матеріалах Telegram спільнот музичної тематики.
27. Економічна тематика в медіа: шляхи освідчення своєї аудиторії
28. Економічна публіцистика в цифрову добу соціальних мереж.
29. Комунікативні практики нативної реклами в економічному медіа дискурсі.
30. Англійський тижневик «The Economist» в українському медійному дискурсі.
31. Функціонально-організаційні аспекти роботи в Україні редакцій зарубіжних економічних медіапроектів.
32. Поступ української економічної журналістики як передумова залучення іноземного капіталу.

- 33.Фейкові новини та економічна журналістика в глобальному цифровому медіапросторі.
- 34.Жанрово-тематичний аналіз інформаційних матеріалів з економічної проблематики на веб-порталі «Економічна правда».
- 35.Крос-медійний підхід до реалізації редакційної політики економічного видання (на матеріалах «Forbes Україна»).
- 36.Реалізація антикорупційної функції журналістських розслідувань в галузі економіки (на матеріалах проєктів «Bihus.Info» та «Схеми»).
- 37.Журналістські методи відображення міжнародних економічних подій в матеріалах інформаційної агенції УНІАН
- 38.Журналістика рішень в економічній проблематиці: підходи до реалізації (на матеріалах видання «Forbes Україна»).
- 39.Проблемно-тематичний аналіз економічної аналітики в інтернет-виданні BBC NEWS Україна.
- 40.Подкасти про економіку: особливості підготовки жанру (на матеріалах платформи «НВ Подкасти»).
- 41.Специфіка статичної та динамічної візуалізації даних в економічній журналістиці (на матеріалах BBC NEWS Україна).
- 42.Жанрово-тематичні особливості висвітлення української економічної політики на шпальтах видання «The Times».
- 43.Сторітелінг як інструмент економічної журналістики: соціальний аспект (на матеріалах сайту NV.UA).
- 44.Поступ української економічної журналістики як передумова залучення іноземного капіталу.
- 45.Англійський тижневик «The Economist» в українському медійному дискурсі.
- 46.Функціонально-організаційні аспекти роботи в Україні редакцій зарубіжних економічних медіапроєктів.
- 47.Фейкові новини та економічна журналістика в глобальному цифровому медіапросторі.

48. Трансформація концептуальних засад діяльності вітчизняних ТБ-каналів в умовах війни.
49. Актуалізація форм взаємодії мережових медіа економічної спрямованості з аудиторією.
50. Пропагандистські наративи Росії та протидія їм: особливості вітчизняної практики.
51. Комунікативні практики нативної реклами в економічному медіа дискурсі.
52. Економічний аспект популяризації мови в українському медіапросторі: на матеріалах Telegram спільнот музичної тематики.
53. Економічна тематика в медіа: шляхи освідчення своєї аудиторії.
54. Економічна публіцистика в цифрову добу соціальних мереж.