



**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**



**Навчально-науковий видавничо-
поліграфічний інститут**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Методичною радою

КПІ ім. Ігоря Сікорського

(протокол № 9 від «26» червня 2025 р.)

Ф-КАТАЛОГ

**вибіркових навчальних дисциплін циклу професійної підготовки
освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю С7 «Журналістика»**

УХВАЛЕНО:

Вченою радою Навчально-наукового

Видавничо-поліграфічного інституту

КПІ ім. Ігоря Сікорського

(протокол № 13 від «26» травня 2025 р.)

Київ 2025

Відповідно до розділу X статті 62 Закону України «Про вищу освіту» (№ 1556-VII від 01.07.2014 р.), вибіркові дисципліни – дисципліни вільного вибору здобувачів для певного рівня вищої освіти, спрямовані на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетенцій за спеціальністю. Обсяг вибірових навчальних дисциплін становить не менше 25% від загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня освіти.

Обсяг вибіркової складової для другого (магістерського) рівня ВО з циклу професійної підготовки складає не менше 23 кредитів ЄКТС. Дисципліни обираються із Ф-Каталогу навчальних дисциплін. Каталоги вибірових дисциплін формуються відповідно до порядку, встановленого в Університеті.

Вибіркові навчальні дисципліни циклу професійної підготовки надають можливість здійснення поглибленої підготовки за освітньою програмою, що визначає характер майбутньої діяльності, сприяє академічній мобільності студента, його особистим інтересам та дозволяє поглибити фахові компетентності у межах освітньої програми з метою формування компетентностей здобувача відповідно до вимог ринку праці.

Ф-Каталог містить анотований перелік дисциплін, які пропонуються для обрання студентами другого (магістерського) рівня ВО згідно навчального плану. Затверджений в установленому порядку Ф-Каталог вибірових дисциплін розміщується на офіційному сайті Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту та/або кафедри.

Науково-педагогічні працівники кафедри, що забезпечують викладання навчальних дисциплін Ф-Каталогу, спільно з кураторами академічних груп, можуть проводити (у позанавчальний час) презентації запропонованих до вибору навчальних дисциплін. Також, за потреби, можуть надаватися консультації щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії, реєстрації акаунтів в спеціалізованій інформаційній системі Університету.

Вибіркові дисципліни із Ф-Каталогу студенти зобов'язані обрати відповідно до порядку встановленого у Навчально-науковому видавничо-поліграфічному інституті та у спосіб, визначений кожною кафедрою ВПІ.

Здобувачі обирають дисципліни відповідно до навчальних планів, за якими вони навчаються, що визначає кількість і обсяг навчальних дисциплін вільного вибору здобувача для конкретного семестру. При цьому здобувачі мають право обирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших освітніх програм, за погодженням з завідувачем відповідної випускаючої кафедри.

Вибір дисциплін з Ф-Каталогу студентами другого (магістерського) РВО здійснюється на початку осіннього семестру першого року навчання. Студенти першого року навчання обирають п'ять дисциплін загальною кількістю 23,0 кредити ЄКТС, а саме: **три дисциплін обсягом по п'ять кредитів ЄКТС з формою підсумкового контролю «Екзамен» та дві дисципліни обсягом по чотири кредити ЄКТС з формою підсумкового контролю «Залік».**

Процедура вибору студентами навчальних дисциплін включає такі етапи:

- ознайомлення студентів із переліком вибірових дисциплін, що відповідають освітнім компонентам на певний навчальний рік;
- реєстрація студентів в спеціалізованій інформаційній системі my.kpi.ua;
- здійснення студентами вибору дисциплін за допомогою спеціалізованої

інформаційної системи tu.kpi.ua;

- опрацювання кафедрами результатів вибору студентами освітніх компонент та формування спільно з деканатом навчальних груп для вивчення обраної дисципліни враховуючи нормативну та/або мінімальну чисельність студентів в групі. Нормативна чисельність студентів в групах для вивчення дисциплін циклу професійної підготовки для магістрів складає 15–25;

- у разі неможливості формування навчальних груп нормативної або мінімальної чисельності для вивчення певної дисципліни, студентам, як правило, надається можливість здійснити повторний вибір, приєднавшись до вже сформованих навчальних груп, або, в окремих випадках, за обґрунтованою заявою та рішенням забезпечуючої кафедри надається можливість опановувати обрану дисципліну за допомогою інших форм навчання (індивідуальні консультації, змішана форма навчання тощо). У випадку чисельності навчальної групи менше мінімальної — перевага надається змішаній формі навчання;

- остаточне рішення студентів про вибір відповідних освітніх компонент на наступний навчальний рік оформлюється заявою.

Результати вибору студентом навчальних дисциплін зазначаються в його індивідуальному навчальному плані магістра в розділі «Обрані дисципліни».

Узагальнена інформація щодо вибору студентами дисциплін та формування груп для їх вивчення є підставою для включення цих дисциплін у розрахунки навчального навантаження відповідних кафедр.

Якщо студент із поважних причин не зміг обрати дисципліни вчасно, або виявив помилку щодо свого волевиявлення, він звертається в деканат із заявою для запису на вивчення обраних ним дисциплін, надавши відповідні документи, які засвідчують поважність причин. Заява на зміну вибіркової дисципліни у сформованому індивідуальному навчальному плані має подаватися не пізніше ніж за місяць до початку семестру, в якому викладається ця дисципліна. Студент, який знехтував своїм правом вибору, буде записаний на вивчення тих дисциплін, які завідувач випускової кафедри вважатиме потрібними для оптимізації навчальних груп і потоків.

Зі всіма аспектами щодо реалізації права студентів на вибір дисциплін можна ознайомитися в Положенні про реалізацію права на вільний вибір дисциплін (<https://vpi.kpi.ua/images/vybir/nd/polozhennya-pro-vybir-nd-2023.pdf>)

Кафедральний Ф-Каталог-2025

Дисципліни для вибору першокурсниками на другий рік навчання	с.
<i>Мережева комунікація</i>	5
<i>Цифрові технології</i>	6
<i>Цифрові комунікаційні стратегії у рекламі та PR</i>	7
<i>Комунікаційні стратегії у GR</i>	8
<i>Брендинг територій</i>	9
<i>Корпоративна соціальна відповідальність в системі PR-комунікацій</i>	10
<i>Інформаційний менеджмент</i>	11
<i>Управління інформаційними ресурсами</i>	12
<i>Спічрайтинг</i>	13
<i>Інформаційний супровід європейської та євроатлантичної інтеграції</i>	14
<i>Соціальна реклама та PR</i>	15
<i>Продакт плейсмент</i>	16
<i>Соціальна інформатика</i>	17
<i>Вебдизайн у рекламі</i>	18
<i>Основи вебдизайну</i>	19
<i>Основи естетики та дизайну інтернет-видань</i>	20

МЕРЕЖЕВА КОМУНІКАЦІЯ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1 (5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Розуміти сучасний мережевий простір, визначати цифрові та мережеві комунікації, здатність мислити критично та логічно, вміти оцінювати вплив повідомлень
Що буде вивчатися	Основні види мережевої комунікації та їхнє використання фахівцем з реклами, зв'язків з громадськістю та медіа – соціальні мережі, посадкові сторінки, мобільні застосунки,
Чому це цікаво/треба вивчати	Мережеві комунікації – ключовий складник сучасного медійного простору. Саме у мережі будуються та закріплюються бренди, формується інформаційне середовище та вибудовуються взаємозв'язки між організаціями, державою та громадськістю. Майбутній фахівець у галузі журналістики має володіти всім наявним інструментарієм, а особливо – цифровими рекламними інструментами, яким під час вивчення дисципліни приділяється особлива увага.
Чому можна навчитися	Під час вивчення дисципліни студенти навчаться працювати з мережевими продуктами; адекватно оцінювати якість рекламних матеріалів та концепцій мережевої комунікації; виокремлювати мету, функції та різновиди цифрової інформації; визначати когнітивні, емоційні та поведінкові компоненти впливу в мережі; подавати настанови й вилучати стереотипи в рекламній практиці медій; подавати структури потреб і аналіз мотивів споживачів періодики з мережевої комунікації; оцінювати психолінгвістику і психографіку мережевого тексту.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набуті знання можна використовувати під час створення та опрацювання рекламних повідомлень різних видів, аналізу наявних повідомлень, під час створення мережових рекламних та комунікаційних кампаній різних видів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, презентації, конспект лекцій, методичні рекомендації до лабораторних робіт, масовий відкритий онлайн-курс «Цифрові комунікації в глобальному просторі» на платформі Prometheus, масовий відкритий онлайн-курс «Нативна реклама» на платформі Prometheus.
Вид семестрового контролю	Іспит

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1 (5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Розуміння та використання цифрових технологій, визначати цифрове повідомлення, базові навички HTML, CSS, Markdown, здатність мислити критично та логічно, вміти оцінювати вплив повідомлень
Що буде вивчатися	Основні види цифрових технологій та їхнє використання фахівцем з реклами, зв'язків з громадськістю та медіа у медійному просторі – соціальні мережі, посадкові сторінки, мобільні застосунки, вебзастосунки, програмне забезпечення для працівників медіа, подкасти, стріми, блогінг.
Чому це цікаво/треба вивчати	Цифрові технології стали основою сучасного медійного простору, оскільки саме вони формують цифрове інформаційне середовище. Майбутній фахівець у галузі журналістики має володіти всім наявним інструментарієм, а особливо – цифровими технологіями, які весь час змінюються та удосконалюються.
Чому можна навчитися	Під час вивчення дисципліни студенти навчатися працювати з цифровими продуктами та створювати базові цифрові стратегії; адекватно оцінювати якість рекламних матеріалів та концепцій використання цифрових технологій в рекламі; визначати когнітивні, емоційні та поведінкові компоненти впливу в мережі; подавати настанови й вилучати стереотипи в рекламній практиці медіа; подавати структури потреб і аналіз мотивів споживачів цифрових технологій; оцінювати психолінгвістику і психографіку мережевого тексту, створювати власні цифрові проєкти для подальшого впровадження.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набуті знання можна використовувати під час створення та опрацювання рекламних повідомлень різних видів, аналізу наявних повідомлень, під час створення мережових рекламних та комунікаційних кампаній різних видів, створення посадкових сторінок, розробки концепцій вебзастосунків та мобільних застосунків.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, презентації, конспект лекцій, методичні рекомендації до лабораторних робіт, масовий відкритий онлайн-курс «Цифрові комунікації в глобальному просторі» на платформі Prometheus, масовий відкритий онлайн-курс «Нативна реклама» на платформі Prometheus.
Вид семестрового контролю	Іспит

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В РЕКЛАМІ ТА PR

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Розуміти сучасний мережевий простір, визначати цифрові та мережеві комунікації, визначати мультимедійне повідомлення, створювати цифрові стратегії для просування та побудови іміджу, аналізувати наявні стратегії та вносити пропозиції покращення, здатність мислити критично та логічно, вміти оцінювати вплив повідомлень
Що буде вивчатися	Основні види стратегій у цифровому просторі та їхнє використання фахівцем з реклами, зв'язків з громадськістю та медіа – соціальні мережі, посадкові сторінки, мобільні застосунки, комунікаційні цифрові пакети.
Чому це цікаво/треба вивчати	Цифрові комунікації – ключовий складник сучасного медійного простору, оскільки саме вони формують сучасне інформаційне середовище. Майбутній фахівець у галузі журналістики має володіти всім наявним інструментарієм, а особливо – цифровими рекламними та PR інструментами, яким під час вивчення дисципліни приділяється особлива увага.
Чому можна навчитися	Під час вивчення дисципліни студенти навчатимуться працювати з цифровими продуктами; аналізувати та будувати цифрові стратегії просування брендів та побудови іміджу в інтернеті, адекватно оцінювати якість рекламних матеріалів та концепцій; виокремлювати мету, функції та різновиди цифрової інформації; визначати когнітивні, емоційні та поведінкові компоненти впливу в мережі; подавати настанови й вилучати стереотипи в рекламній практиці медій; подавати структури потреб і аналіз мотивів споживачів періодики з мережевої комунікації; оцінювати психолінгвістику і психографіку мережевого тексту та мультимедійних видань.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набуті знання можна використовувати під час створення та опрацювання рекламних повідомлень різних видів, аналізу наявних повідомлень, під час створення цифрових рекламних та комунікаційних кампаній різних видів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, презентації, конспект лекцій, методичні рекомендації до лабораторних робіт, масовий відкритий онлайн-курс «Цифрові комунікації в глобальному просторі» на платформі Prometheus, масовий відкритий онлайн-курс «Нативна реклама» на платформі Prometheus.
Вид семестрового контролю	Іспит

КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ У GR

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 66 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Поглиблені знання про практику піар-діяльності
Що буде вивчатися	– Професійні навички фахівця лобістської діяльності; – функції та методи лобізму; – моделі лобізму, принципи діяльності; – світова практика лобізму; – GR-стратегія: етапи планування; – технології лобістської діяльності; – особливості проведення комплексної аналітичної роботи; – оцінка ефективності лобістської діяльності; – ринок лобістських послуг в Україні.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах законодавчого формування ринку лобістських послуг в Україні, важливо знати особливості побудови взаємодії влади та бізнесу (теоретичні та практичні аспекти) та вміти застосовувати на практиці набуті під час навчання знання та вміння.
Чому можна навчитися	Після успішного вивчення курсу студент має знати принципи організації роботи GR-відділу; оволодіти вміннями ефективно застосовувати інструменти та ресурси лобіювання, застосовувати аналітичні методи, формувати GR-стратегію, знаходити шляхи запобігання корупційного складника.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Після успішного закінчення курсу студенти можуть брати участь у формуванні організаційної структури GR-відділу, застосовувати різноманітні GR-технології у своїй практичній діяльності.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, презентації
Вид семестрового контролю	Залік (усний)

БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЙ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 66 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Поглиблені знання про практику рекламної та піар-діяльності
Що буде вивчатися	– Брендинг території як процес управління; – складники територіального брендингу; – особливості позиціонування різних типів території; – особливості просування різних типів територій; – інструменти та технології формування та просування територіального бренду; – технології підвищення конкурентоспроможності території; – підходи до управління територіальним брендом.
Чому це цікаво/треба вивчати	Брендинг території – новий, але вже затребуваний напрямок стратегічного управління. Це поєднання іміджу, репутації, інвестиційної та туристичної привабливості, формування безпечного та привабливого територіального середовища. В Україні поняття формування територіального брендингу тільки зароджується, але стає перспективним напрямком розвитку. Важливо знати та вміти застосовувати методи, інструменти та технології у формуванні, просуванні територіальних анклавів.
Чому можна навчитися	Після успішного вивчення курсу студент має знати концепції територіального брендингу; оволодіти вміннями ефективно застосовувати інструменти, технології та ресурси формування та просування територіального бренду.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Після успішного закінчення курсу студенти мають уміти застосовувати сучасні інструменти та технології формування бренду територіальної одиниці, формувати стратегії управління територіальним брендом.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, презентації
Вид семестрового контролю	Залік

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ PR-КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 66 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Поглиблені знання про практику піар-діяльності, репутаційного менеджменту
Що буде вивчатися	– Поняття та складники КСВ; – ключові фактори впливу на КСВ; – визначення балансу інтересів різних груп стейкхолдерів; – інструменти та технології КСВ; – PR-технології – особливості формування стратегії КСВ компанії
Чому це цікаво/треба вивчати	КСВ стає актуальним та затребуваним напрямком розвитку бізнесу. КСВ є частиною репутації компанії, тож важливо знати різні аспекти та принципи соціальної відповідальності. Уміння проводити відповідний аудит, формувати концепції соціальної відповідальності дозволить студенту розширити свої можливості на ринку праці.
Чому можна навчитися	Після успішного вивчення курсу студент має знати принципи КСВ, проводити КСВ аудит, розробляти рекомендації та стратегії КСВ бізнесу.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Після успішного закінчення курсу студенти можуть успішно застосовувати набуті знання на практиці, брати участь у формуванні стратегії КСВ компанії.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, презентації
Вид семестрового контролю	Залік

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Англійська / українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Базові знання сучасних інформаційних технологій. Загальні знання про практику рекламної та піар-діяльності
Що буде вивчатися	– концептуальні основи інформаційного менеджменту; – складники та сутність поняття «інформаційний менеджмент»; – передумови виникнення і розвитку інформаційного менеджменту; – інформаційні продукти і послуги; – структура інформаційного ринку; – інформаційний консалтинг; – захист інформації, інформаційна безпека; методи захисту інформації.
Чому це цікаво/треба вивчати	Можливість отримати глибокі і систематизовані знання про сутність інформаційних зв'язків, що виникають у процесі діяльності підприємства. В умовах інформаційного суспільства, вплив інформації, інформаційних систем та технологій на розвиток суспільних сфер настільки значний, що інформацію є найважливішим стратегічним ресурсом, чинником виробництва та інноваційним складником. Курс викладається англійською мовою, тому одне з навчальних завдань курсу – сприяти набуттю та поглибленню компетенцій з комунікації англійською мовою для професійної комунікації.
Чому можна навчитися	Студенти отримають систематизоване й емпірично аргументоване уявлення про теоретичні основи поняття «інформація», «дані», «інформаційні ресурси» як складові соціально-економічної системи; виникнення і становлення інформаційного суспільства, сучасні теорії та підходи до визначення сутності понять «інформаційний простір», «інфосфера», «інформаційна культура» особистості керівника у новому комунікативному вимірі його професійної діяльності; основні ознаки і принципи класифікації інформації; стандарти якості інформаційних відносин у інфосфері внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування організації в галузі соціального проєктування, прогнозування і планування векторів розвитку корпоративних інформаційних систем в управлінні персоналом організації, матеріальними та виробничими ресурсами підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Формується та поглиблюється: здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи; здатність проєктувати способи застосування спеціальних програмно-технологічних засобів для збору й аналізу професійно значущої інформації; здатність застосовувати програмно-технологічні засоби для підвищення ефективності медіа-, рекламних та піар-проєктів
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, навчальний посібник (друкований та електронний), конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт, підручники, довідкові джерела.
Вид семестрового контролю	Іспит

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Англійська / українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Базові знання сучасних інформаційних технологій. Загальні знання про практику рекламної та піар-діяльності
Що буде вивчатися	Інформаційне забезпечення управління. Управлінська діяльність та інформаційне забезпечення управління. Види інформаційно-аналітичної діяльності. Експертні оцінки у підготовці інформації для прийняття управлінських рішень. Система управління інформаційними потоками. Модель “електронного офісу”. Комунікативна політика організації. Інформаційна система як засіб вдосконалення управління інформаційними ресурсами. Розробка системи управління інформаційними ресурсами. Державна політика у сфері інформаційного простору. Нормативно-правове забезпечення суспільних інформаційних відносин. Державна інформаційна інфраструктура.
Чому це цікаво/треба вивчати	Можливість отримати глибокі і систематизовані знання про сутність інформаційних потоків та управління ними, що виникають у процесі інформаційно-комунікаційної діяльності керівника. Курс викладається англійською мовою, тому одне з навчальних завдань курсу – сприяти набуттю та поглибленню компетенцій з комунікації англійською мовою для професійної комунікації.
Чому можна навчитися	Метою навчальної дисципліни є формування системи знань з методології управління інформацією, використовуючи сучасні техніки адміністрування інформаційними процесами з ціллю ефективного планування й організації системи інформаційних зв'язків, прогнозування економічної ефективності інформаційного ресурсу в організаціях, контролю інформаційних ризиків та прийняття управлінських рішень керівниками усіх управлінських ланок. Студенти отримають знання інформаційно-комунікаційних технологій в державному управлінні та суспільстві; витоків та розвитку інформаційних зв'язків в організаціях, основних понять, цілей, завдань в системі адміністрування інформаційними потоками в органах державної влади та місцевого самоврядування; механізмів управління інформаційними зв'язками у бізнес-середовищі та некомерційних організаціях
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Формується та поглиблюється: здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи; здатність проєктувати способи застосування спеціальних програмно-технологічних засобів для збору й аналізу професійно значущої інформації; здатність застосовувати програмно-технологічні засоби для підвищення ефективності медіа-, рекламних та піар-проєктів
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, навчальний посібник (друкований та електронний), конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт, підручники, довідкові джерела.
Вид семестрового контролю	Іспит

СПІЧРАЙТИНГ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання української мови, загальні знання в царині комунікації
Що буде вивчатися	• Спічрайтинг як комунікаційна технологія • Ретроспективи розвитку спічрайтингу як професійного напрямку • Світовий досвід розвитку спічрайтингу • Загальні правила публічного виступу • Консалтинг спікера • Етапи підготовки тексту промови • Особливості політичного спічрайтингу • Спічрайтинг у сфері бізнесу • Особливості спічрайтингу в Україні
Чому це цікаво/треба вивчати	Спічрайтинг потрібно вивчати, щоб знати функції та інструментарій спічрайтера, види спічрайтингу, етапи підготовки текстів публічних виступів; розрізняти особливості різних видів промов; знати портрет аудиторії та специфіку комунікації з нею, урахувати її інтереси, очікування та рівень знань; уміти вибирати відповідний стиль та тон залежно від контексту і мети промови; здійснювати консалтинг клієнта.
Чому можна навчитися	Можна вдосконалити навички підготовки до публічних виступів, написання різних видів промов, практичні навички виступів перед аудиторією, оцінювання публічних виступів; навчитися будувати переконливу аргументацію; ознайомитися з українським і світовим досвідом спічрайтингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання можливо використати для підготовки текстів промов; розуміння типових помилок, яких найчастіше припускаються оратори під час публічних виступів, а також специфіки спічрайтингу в кризових ситуаціях. Це необхідно фахівцям у галузі комунікацій, які планують кар'єру в політичній, громадській сферах і бізнесі.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, відеоматеріали
Вид семестрового контролю	Іспит

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТА ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5) курс, 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання української мови, базові знання про зовнішню політику України, склад та принципи функціонування НАТО та ЄС
Що буде вивчатися	- Основи зовнішньої політики України - Базові документи про європейську та євроатлантичну інтеграцію - Структура Європейського Союзу та НАТО, базові принципи функціонування цих організацій, їх роль у сучасному світі - Створення інформаційних приводів у сфері зовнішньої політики - Діяльність прес-служб дипломатичних установ України та органів державної влади
Чому це цікаво/треба вивчати	Україна після широкомасштабного вторгнення Росії остаточно визначилася із зовнішньополітичним курсом. Вступ до НАТО та ЄС – складний процес, який потребує глибоких знань та неординарних підходів до реалізації
Чому можна навчитися	Шукати спільну мову з колегами з інших країн, точки перетину
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набуті знання можливо використати як у органах місцевого самоуправління та державної влади, так і в комерційних структурах та недержавних організаціях. Вони дозволять забезпечити системне планування роботи, навички обміну досвідом, визначення стратегічних пріоритетів та інструментів їх реалізації
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, відеоматеріали
Вид семестрового контролю	Іспит

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ТА PR

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5) курс, 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Загальні знання про теорію та практику рекламних та піар-комунікацій.
Що буде вивчатися	– особливості функціонування сучасної соціальної реклами; – поняття «соціально відповідальної реклами»; – особливості сприйняття соціальної реклами; – ефекти та ефективність соціальної реклами; – психологічні аспекти соціальної реклами; – аудиторія соціальної реклами; – національні особливості соціальної реклами; – соціальний піар.
Чому це цікаво/треба вивчати	Кредитний модуль спрямовано на опанування студентами необхідних теоретичних знань в сфері становлення, розвитку соціальної реклами як виду професійної діяльності у сфері вирішення соціальних проблем. В результаті вивчення дисципліни студенти засвоюють основні поняття, принципи, основні категорії, тенденції та закономірності співучасті соціальної реклами у вирішенні соціальних проблем. Студенти отримують знання та здобудуть досвід аналізу загального, типового у сфері вирішення соціальних проблем, взаємодії з мережею соціальних інституцій. Студенти сформулюють навички застосування знань та методів дослідження рекламних продуктів як засобів вирішення соціальних проблем та створять персональний каталог соціальної реклами у сфері вирішення соціальних проблем.
Чому можна навчитися	У результаті опанування курсу студенти отримують такі вміння: – орієнтуватися в основних напрямках розвитку соціальної реклами; – розглядати соціальну рекламу як складне суспільне утворення, що відбиває тенденції соціальних процесів; – здійснювати діяльність з проектування і створення соціальної реклами з урахуванням соціальних умов регіону; – використовувати основні методи вивчення рекламної діяльності; – вміти керуватися основними законодавчими і етичними правилами роботи соціальної реклами в професійній діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Результатом викладання дисципліни є забезпечення майбутніх фахівців теоретичними знаннями і практичними навичками, необхідними для управління комунікативними процесами в суспільстві, за допомогою освоєння знань про специфічний вид реклами – соціальну рекламу.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Іспит

ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5) курс, 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Загальні знання про теорію та практику рекламних та піар-комунікацій
Що буде вивчатися	– сутність продакт плейсмент як засобу маркетингових комунікацій; – розвиток продакт плейсмент: історичний аспект; – основні засоби продакт плейсмент та особливості їх застосування; – психологічні особливості застосування технології продакт плейсмент; – типи продакт плейсмент у кіно- і телефільмах телепрограмах, серіалах, у сфері естради та шоу-бізнесу; – особливості продакт плейсмент у художній літературі; – продакт плейсмент у комп'ютерних іграх та інтернеті; – організація та ефективність продакт плейсмент.
Чому це цікаво/треба вивчати	Мета дисципліни – формування у майбутніх фахівців знань і умінь необхідних для подальшого застосування конкретних методів і прийомів рекламної діяльності та піарі; отримання і систематизація знань про систему маркетингових комунікацій організації та відпрацювання навичок планування та проведення рекламної і піар-кампаній.
Чому можна навчитися	Навчальна дисципліна передбачає набуття студентами навичок планування, організації, реалізації та контролю у системі маркетингових комунікацій. Вивчення дисципліни надасть можливість розглянути широке коло питань пов'язаних з управлінням продакт плейсментом як комунікаційною технологією, окреслить перспективні напрямки роботи фахівців у даній галузі з огляду на світові тенденції індустрії комунікацій.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Студент зможе проводити вибір каналів поширення рекламних звернень; визначати і застосовувати конкретні носії реклами і оптимальне їх поєднання; проводити аналіз комплексу факторів, що впливають на сприйняття товару, послуги через різні канали отримання інформації; аналізувати і оцінювати ефективність різних форм і видів реклами і піару; планувати, організовувати і проводити рекламні заходи в залежності від поставлених цілей.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Іспит

СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА

Кафедра, яка забезпечує викладання	Видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5) курс, 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	5 кредитів ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 96 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Загальні знання про теорію та практику рекламних та піар-комунікацій
Що буде вивчатися	– соціальна інформатика як наука та навчальна дисципліна; – інформаційний підхід до розвитку суспільства; – інформаційні ресурси як ключовий фактор динаміки суспільства; – сукупність видів соціальної інформації в професійній діяльності медіафахівця; – інформаційна культура сучасного фахівця медіасфери; – роль інформаційної інфраструктури суспільства в професійній діяльності фахівця медіасфери.
Чому це цікаво/треба вивчати	Мета дисципліни – формування уявлення про вплив нового високоавтоматизованого інформаційного середовища на життєдіяльність суспільства та особистості та про революційні зміни, обумовлені процесом інформатизації.
Чому можна навчитися	У результаті навчання студенти отримають комплексні знання про інформаційні аспекти сучасного етапу процесу розвитку цивілізації та основні закономірності глобального процесу інформатизації суспільства; основні види інформаційних ресурсів суспільства; основні засоби та методів активізації інформаційних ресурсів та їх ефективного соціального використання; основні риси та особливості формування глобального інформаційного суспільства.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Вміння, які набувають студенти після опанування курсу: – пояснювати комунікаційні процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати. – організовувати й проводити дослідження у сферах журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, здійснювати сегментацію цільової аудиторії та встановлювати структуру попиту та пропозицій, розробляти практику просування. – ідентифікувати джерела інформації на основі методології визначення і отримання соціоекономічних даних; збирати та аналізувати необхідну інформацію, використовуючи різноманітні техніки збору фактів і методи дослідження. – оперативно здобувати інформацію, використовуючи традиційні техніки збору фактів і методи дослідження
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Іспит

ВЕБДИЗАЙН У РЕКЛАМІ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Технології поліграфічного виробництва
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1(5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 66 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання принципів і методів розробки мережових видань
Що буде вивчатися	– типологія новітніх технологій у рекламній сфері; – поняття веб-дизайну та його роль у рекламі; – поняття дизайн-процесу, моделі побудови рекламних кампаній; – бренд-дизайн, створення візуальної айдентики – фірмового стилю, логотипу, брендбуку; – типи веб-продуктів та інтерфейсів для реклами; – поняття UX-дизайну: UX-дослідження, UX-артефакти; – прототипування рекламних проєктів; – копірайтинг у рекламних веб-продуктах; – поняття UI-дизайну: колір, типографіка, композиція; – атомарний дизайн. UI-kit. Moodboard, референси; – елементи моушн-дизайну в рекламі.
Чому це цікаво/ треба вивчати	Студент отримає – знання про основні функції та завдання новітніх рекламних продуктів; – основні навички роботи в інтернет-медіа; – навички формування основних етапів планування концепції та розвитку реклами в мережі; – оволодіє новими веб-технологіями.
Чому можна навчитися	– Студенти отримають систематизоване й емпірично аргументоване уявлення про місце веб-дизайну в рекламі, в системі соціальних інститутів та ЗМІ; – навички роботи з інструментами прототипування; – навички роботи з графічним редактором Figma.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Отримані знання та вміння дадуть змогу проєктувати та створювати красиві й ефективні рекламні кампанії
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, методичні рекомендації до практичних робіт, конспект лекцій, методичні рекомендації до лабораторних робіт, навчальний посібник, підручники, довідкові джерела.
Вид семестрового контролю	Залік

ОСНОВИ ВЕБДИЗАЙНУ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Технології поліграфічного виробництва
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1 (5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 66 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання принципів і методів розробки мережових видань
Що буде вивчатися	- загальні поняття веб-розробки, front-end, back-end, основних складових частин веб-дизайну; - правила створення та підготовки макету та його окремих елементів із використанням графічних редакторів Figma, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator; - навички верстання сайтів за допомогою мови розмітки HTML та мови стилів CSS;
Чому це цікаво/треба вивчати	Студент оволодіє знаннями щодо етапів створення веб-продуктів та функціональними обов'язками розробників веб-продуктів на кожному етапі та детально ознайомиться з базовими конструкціями мови розмітки HTML і мовою стилів CSS. Також студенти навчатимуться оптимізувати свою роботу для вищої продуктивності.
Чому можна навчитися	Студенти отримають базові знання в аспектах створення користувацького інтерфейсу сайтів — HTML, CSS, основах роботи в графічних редакторах та навчатимуться робити сайт доступним на екранах різного розміру та за різних умов.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Отримані знання та вміння дадуть змогу проектувати сайти різної складності, правильно готувати макети до подальшої розробки та верстати веб-сторінки
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, електронний конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт, методичні рекомендації до лабораторних робіт.
Вид семестрового контролю	Залік

ОСНОВИ ЕСТЕТИКИ ТА ДИЗАЙНУ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Кафедра, яка забезпечує викладання	Технології поліграфічного виробництва
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс, семестр	1 (5), 2 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС, 54 години – аудиторна робота, 66 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку Вивчення дисципліни	Загальні знання принципів і методів розробки мережових видань
Що буде вивчатися	– Поняття UX/UI дизайну у інтернет-виданнях; – принципи дизайну інтернет-видань. Паттерни; – типографіка: теорія шрифту, правила використання шрифтів у веб, корисні ресурси; – колір: теорія кольору, колір у інтерфейсах, інструменти для підбору кольорової палітри веб-продукту; – композиція: поняття, різновиди, корисні правила, принципи побудови. Баланс та цілісність веб-сторінок. Розроблення та застосування модульних сіток при розробленні веб-проектів. Типи модульних сіток; – графіка: ілюстрація та іконки, ресурси пошуку та правила підбору; – тренди у веб-дизайні. iOS, Android, fluent design guidelines; – поняття Accessibility (доступного дизайну); – адаптивність, responsive design; – створення та підготовка різних типів медіаконтенту (графічного, анімаційного, аудіо- та відеоконтенту); – створення статичних та динамічних рекламних банерів.
Чому це цікаво/ треба вивчати	Студенти працюватимуть з різними платформами та інструментами, що застосовуються у веб-дизайні; навчатися продумувати кілька варіантів втілення дизайну; навчатися фіксувати ідеї на папері, та прототипувати із застосуванням спеціалізованих програмних продуктів; навчатися створювати красиві та продумані макети інтернет-видань
Чому можна навчитися	Проектувати красиві та ефективні інтернет-видання різного типу та різного призначення; навички роботи з інструментами прототипування; навички роботи з графічним редактором Figma.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Отримані знання та вміння дадуть студенту змогу самостійно розробляти інтерфейси інтернет-видань різних типів, враховуючи сучасні технології, процеси та підходи.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, електронний конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт, методичні рекомендації до лабораторних робіт.
Вид семестрового контролю	Залік