



**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 2026 р.)

Ф-КАТАЛОГ

**вибіркових навчальних дисциплін циклу професійної
підготовки освітньої програми «Видавнича справа та
редагування» другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю С7 «Журналістика»**

Ухвалено
Вченою радою Навчально-наукового
Видавничо-поліграфічного інституту
КПІ ім. Ігоря Сікорського
(протокол №7 від 26 лютого 2026 р.)

Київ 2026

РОЗРОБНИКИ:

Андрійчук Микола Тарасович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту;

Магда Євген Валерійович, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту;

Левчук Олена Миколаївна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри видавничої справи та редагування

Коротенко Олена Володимирівна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри технології поліграфічного виробництва

Масімова Лариса Гагівна, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри видавничої справи та редагування

Тріщук Ольга Володимирівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри видавничої справи та редагування

Янішевський Олександр Олександрович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту;

Бикова Ольга Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту.

ПЕРЕДМОВА

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 кредити 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 my.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-2026

Дисципліни для вибору першокурсниками на другий семестр навчання	с.
<i>Соціальні комунікації</i>	6
<i>Взаємодія медіа з органами державної влади в Україні</i>	7
<i>Малі видавничі форми</i>	8
<i>Кризові комунікації</i>	9
<i>Репутаційний PR</i>	11
<i>Прикладні соціально-комунікаційні технології</i>	12
<i>Письменницька майстерність</i>	13
<i>Журналістика даних</i>	14
<i>Маркетинг IT-продуктів</i>	15
<i>Формування сенсів та наративів інтеграційних процесів</i>	18
<i>Фейки: виявлення та протидія</i>	19
<i>Медіа та війна: тенденції та виклики</i>	20
<i>Вебдизайн медіа</i>	21
<i>Основи естетики та дизайну інтернет-видань</i>	23
<i>Основи вебдизайну</i>	24
<i>Репутаційний менеджмент</i>	25

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання української мови, базові знання про розвиток соціуму, загальні знання з історії видавничої справи, журналістики, масових комунікацій
Що буде вивчатися	- Становлення та розвиток комунікативістики як галузі науки - Теоретичні знання стосовно тенденцій, що нині панують у вітчизняній та закордонній комунікативістиці - Вплив соціальних комунікацій на розвиток як цивілізацій минулого так і сучасних суспільств - Еволюцію комунікаційних технологій - Вплив соціальних комунікацій на поведінку та свідомість сучасної аудиторії - Маніпулятивні впливи з допомогою соціальних комунікацій
Чому це цікаво / треба вивчати	Знання цієї дисципліни дозволить не лише зрозуміти важливість комунікацій для розвитку нашого соціуму, але й природу комунікаційних технологій, спрогнозувати вплив соціальних комунікацій на майбутній розвиток нашого суспільства
Чому можна навчитися	Аналізувати та прогнозувати впливи різноманітних соціокомунікативних явищ на теперішній розвиток та майбутнє нашого соціуму
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями	- Використовувати набуті знання як у галузі практичної журналістики так і журналістикознавства - Підвищити рівень розуміння впливу різних типів і видів комунікацій на соціальний розвиток - Використовувати набуті знання для підготовки аналітичних матеріалів на суспільно значущу тематику тощо.

Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, відеоматеріали.
Вид семестрового контролю	Екзамен

ВЗАЄМОДІЯ МЕДІА З ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Базові знання з журналістичнознавчих дисциплін, історії та політології.
Що буде вивчатися	Особливості налагодження комунікацій між медіа та органами державної влади в Україні. Організація комунікацій вітчизняних медіа з Верховною Радою України. Діяльність медіа у висвітленні роботи уряду та органів виконавчої влади в Україні. Висвітлення діяльності судових органів влади України в засобах масової комунікації. Особливості комунікування медій з Національною Радою України з питань телебачення і радіомовлення. Налагодження комунікацій медіа з правоохоронними органами (на прикладі поліції). Налагодження комунікації медіа зі Службою безпеки України. Особливості організації комунікацій медіа з Генеральною прокуратурою України. Особливості висвітлення представниками ЗМК діяльності органів, що забезпечують оборону держави (на прикладі Міністерства оборони України та Генерального штабу ЗСУ) в період війни.
Чому це цікаво / треба вивчати	Ця дисципліна допоможе майбутнім фахівцям зрозуміти специфіку вибудовування комунікації журналістської спільноти із законодавчою гілкою влади, виконавчими, судовими, правоохоронними, оборонними структурами органів державного управління.

Чому можна навчитися	Працювати з інформацією, що стосується діяльності різних органів державної влади; знаходити різні джерела інформації; отримувати доступ до офіційних документів і коментарів посадових осіб; аналізувати й використовувати інформацію для задоволення інформаційних потреб нашого соціуму; налагоджувати комунікації з представниками з органів державної влади з урахуванням специфіки їх діяльності, законодавчих обмежень і прав працівників медіа; працювати з різними видами інформації, що стосується органів державної влади в Україні.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями	Набуті знання допоможуть майбутнім журналістам і медійникам визначити та спрогнозувати в конкретних умовах закономірності становлення, тенденції та напрями розвитку політичної, економічної, оборонної, соціальної, освітньої, культурної, інформаційної сфер, сфери державного будівництва України та нашого соціуму загалом.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, конспект лекцій, навчальний посібник.
Вид семестрового контролю	Екзамен

МАЛІ ВИДАВНИЧІ ФОРМИ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання про практику видавничої діяльності

Що буде вивчатися	Ведення видавничого бізнесу за сучасних економічних умов
Чому це цікаво / треба вивчати	Студенти отримають знання з правил реєстрації видавництва, психології поведінки підприємця, розрахунку податків, складення бізнес-плану, керівного менеджменту, добору необхідних поліграфічних матеріалів, складання технологічної та виробничої специфікацій для верстання Видань
Чому можна навчитися	Студенти ознайомляться з можливостями майбутнього створення власного робочого місця, теоретичними засадами управління взагалі, елементами роботи з людьми та контролювальними державними органами
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями	Студенти зможуть розв'язувати практичні виробничі задачі та вирішувати проблеми професійної діяльності у видавництві; навчатися своєчасно відстежувати динаміку тенденцій у видавничому бізнесі; набудуть знання основ управлінського менеджменту
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, електронний конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт
Вид семестрового контролю	Екзамен

КРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська

Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання про теорію та практику піар-комунікацій.
Що буде вивчатися	- сутність кризи та основні підходи до її визначення; - ключові поняття кризових комунікацій; - процес розвитку кризової ситуації; - організація комунікації в умовах кризи; - аналітична діяльність підприємства під час організації кризової комунікації; - співробітники організації як учасник кризової комунікації; - корпоративні комунікації в умовах кризи; - стратегія боротьби з чутками; - стратегії оперативного антикризового реагування.
Чому це цікаво/треба вивчати	Кредитний модуль спрямований на освоєння студентом комплексу теоретичних і практичних знань з організації комунікативних процесів у кризових ситуаціях. Вивчення курсу сприятиме підвищенню рівня аналітичного мислення, об'єктивності оцінювання поточної піар-діяльності підприємств та установ, а також формуванню базових теоретичних знань з попередження та протидії кризам.
Чому можна навчитися	У результаті опанування курсу студенти отримують такі вміння: – класифікувати кризи; – визначати ознаки кризових ситуацій чи явищ; – застосовувати методи боротьби з комунікативними бар'єрами; – пропонувати методи протидії чуткам та спекуляціям; – складати програми ефективної комунікації під час кризових ситуацій; – готувати інформаційні матеріали для медіа; – організовувати кризовий штаб, центр зв'язків з громадськістю, центр інформації для медіа.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Використання методик комунікаційного та піар-аудиту, а також вміння планувати комунікації як під час криз, так і для їхнього упередження, є неодмінним складником функціональних обов'язків фахівця зі зв'язків громадськості та використовується ним у повсякденній роботі в будь-якій галузі.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, електронний конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.

Вид семестрового контролю	Екзамен
----------------------------------	---------

РЕПУТАЦІЙНИЙ 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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання про теорію та практику піар-комунікацій.
Що буде Вивчатися	– репутація компанії; – репутація та персональний бренд; – стейкхолдери компанії; – репутаційні ризики; – репутаційний аудит; – репутаційні тренди; – репутаційні кризи; – моніторинг під час криз.
Чому це цікаво/ треба вивчати	У результаті вивчення курсу студенти зможуть сформувати навички системного захисту репутації бізнесу та публічних осіб
Чому можна Навчитися	Студенти навчаться проводити ефективні піар-комунікації для створення та розбудови ділової та персональної репутації, складати стратегічні та тактичні плани піар-комунікації, планувати та проводити заходи піар-комунікації, виконувати посадові функції менеджерів зв'язків з громадськістю.

Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Знання методик досліджень аудиторії надають можливість формування найбільш ефективних і доцільних комунікаційних стратегій у практичній діяльності піарників, що спеціалізуються на репутації.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Екзамен

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання про теорію та практику піар-комунікацій.
Що буде вивчатися	– основні поняття соціально-комунікаційних технологій; – різновиди соціально-комунікаційних технологій; – специфіка використання технології пропаганди; – напрямки досліджень соціально-комунікаційних технологій зарубіжними вченими; – специфіка досліджень технологій «м'якого» впливу; – соціально-комунікаційні технології у працях українських дослідників.

Чому це цікаво/ треба вивчати	Мета дисципліни – формування в майбутніх фахівців з мас-медіа соціально комунікаційної компетентності через засвоєння знань теорії та методології сучасних прикладних соціально-комунікаційних технологій.
Чому можна навчитися	У результаті навчання студенти отримають комплексні знання щодо основних понять навчальної дисципліни; структури, функцій соціально комунікаційних технологій; сучасних концепцій досліджень соціально комунікаційних технологій; специфіки використання різних технологій в процесі організації комунікативного простору.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Вміння, які набувають студенти після опанування курсу: – аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання соціально-комунікаційних технологій; – досліджувати інструментарій прикладних соціально-комунікаційних технологій; – готувати журналістський продукт з використанням різних прикладних соціально-комунікаційних технологій; – забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.
Інформаційне Забезпечення дисципліни	Силабус, конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Екзамен

ПИСЬМЕННИЦЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ

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, 32 години – аудиторна робота, 88 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання української мови, загальні знання про літературу

Що буде вивчатися	- Техніки художнього письма - Сюжетні схеми - Структура й логіка оповіді літературного твору - Редагування власного тексту - Сторителінг - Психологічні бар'єри у творчості - Техніки трансформації внутрішніх переживань в оповідь - Процес публікації книги
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасний світ – це світ історій. Уміння їх відшукати, структуровано подати й логічно описати знадобиться у різних сферах – як від створення повноцінного літературного твору до невеликих постів у соціальних мережах
Чому можна навчитися	Можна вдосконалити навички креативного письма, розвинути здатність до спостереження та пошуку інсайтів, опрацювати техніки письменницької майстерності, розробити чернетку власного літературного твору, вдосконалити навички саморедагування
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Набуті знання можливо використати для підготовки різноманітних літературних та мас-медійних текстів. Це необхідно як фахівцям, які працюють з текстами літературних творів – редакторам, дизайнерам, менеджерам видавництв, літературним агентам, а також тим, хто планує письменницьку кар'єру або розвиває власний бренд у соціальних мережах.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації, відеоматеріали.
Вид семестрового контролю	Залік

ЖУРНАЛІСТИКА ДАНИХ

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, 32 години – аудиторна робота, 88 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання основ інтернет-журналістики, інтернет-реклами, комп'ютерна грамотність.
Що буде вивчатися	– інструменти для отримання та аналізу даних; – методи візуалізації даних; – сторителінг у журналістиці даних; – створення мультимедійних історій.
Чому це цікаво/треба вивчати	Журналістика даних є однією з провідних медіагалузей, яка сповна використовує відкриті дані. Журналістика, яка базується на опрацюванні даних, – це майбутнє. Навички роботи з даними дозволяють журналістам бути більш об'єктивними, критичними та знаходити те, що намагаються приховати.
Чому можна навчитися	– користуватися інструментами для отримання, очищення та аналізу даних; – візуалізувати результати аналізу даних; – створювати цікаві для читачів історії на основі аналізу даних; – публікувати мультимедійні історії в інтернеті.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	– на основі аналізу даних знаходити тренди і паттерни; – самостійно створювати власні мультимедійні проєкти (лонгріди, матеріали з віртуальною реальністю тощо); – ефективно розповідати читачам історії, які були виявлені під час аналізу даних.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Залік.

МАРКЕТИНГ ІТ-ПРОДУКТІВ

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, 32 години – аудиторна робота, 88 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання про рекламу та маркетинг.
Що буде вивчатися	- Поведінка користувачів - Аналіз ринку. GTM-стратегія. Marketing Compliance - Performance Marketing - Brand Marketing - Product Marketing - Створення та тестування креативів
Чому це цікаво/треба вивчати	Продуктове ІТ — це бізнес у сфері інформаційних технологій, що спеціалізується на створенні власного продукту, – сайт, програма чи застосунок для користувачів. Ці продукти можуть охоплювати широкий спектр: від застосунків для смартфонів, соціальних мереж та онлайн-ігор до антивірусних програм, дейтингів, онлайн-банкінгів і навіть операційних систем. Цікавість маркетингу у продуктовому ІТ полягає в тому, що він тісно пов'язаний з інноваціями, технологіями та змінами в поведінці користувачів. Студенти зрозуміють, як стратегічно управляти створенням і просуванням продуктів, орієнтуючись на реальні потреби ринку. Зараз понад 2000 продуктових ІТ-компаній працюють в Україні, і багато з них активно шукають кваліфікованих спеціалістів. Це відкриває широкі перспективи для молодих спеціалістів у цій галузі.

Чому можна навчитися	У результаті опанування курсу студенти отримують такі вміння: - Створення маркетингових стратегій для ІТ-продуктів на основі аналізу ринку та конкурентів. - Формування стратегії виходу продукту на ринок (GTM стратегія). - Знання принципів Marketing Compliance для уникнення порушень у рекламних матеріалах. - Використання SEO, ASO, Google Ads для залучення та оптимізації трафіку. - Навички створення та оптимізації рекламних креативів для Performance Marketing та Media Buying. - Розробка стратегій для соціальних медіа та впровадження PR технологій у маркетинг. - Застосування аналітичних інструментів для оцінки ефективності маркетингових кампаній (A/B тестування, маркетингові метрики). - Вивчення основ контентного маркетингу, відеомаркетингу та
-----------------------------	--

	UGC (User Generated Content). - Розробка стратегій e-mail та push-маркетингу. - Застосування аналітики для поліпшення продуктивності маркетингових кампаній і продуктів.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Студенти удосконалюють вміння: - Розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій для ІТ-компаній та стартапів. - Оцінка і моніторинг ефективності маркетингових кампаній через SEO, ASO, Google Ads і інші канали залучення трафіку. - Формування комунікаційних стратегій для соціальних мереж, блогів, та PR-активностей. - Розробка та тестування креативів, медіапланів. Адаптація знань з продуктового маркетингу до специфіки різних ІТ продуктів для досягнення ефективних результатів на ринку.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, Всеукраїнський освітній курс «Маркетинг ІТ-продуктів» від Genesis — це інтерактивний курс для студентів українських закладів освіти за напрямами маркетингу в продуктовому ІТ. Курс викладається у форматі змішаного навчання й містить передзаписані відеолекції та інтерактиви на онлайн-платформі в поєднанні із заняттями в контакт з викладачем. Курс розроблено за ініціативи ІТ-компанії Genesis, разом із Product IT Foundation for Education та студією онлайн-освіти EdEra, за підтримки Міністерства цифрової трансформації та Міністерства освіти й науки України. Партнерами курсу є Київська школа економіки (KSE) та Horizon Capital.
Вид семестрового контролю	Залік

ФОРМУВАННЯ СЕНСІВ ТА НАРАТИВІВ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання української мови, базові знання про зовнішню політику України, склад і принципи функціонування НАТО та ЄС
Що буде вивчатися	- Засади зовнішньої політики України - Основні документи щодо європейської та євроатлантичної інтеграції - Організаційна структура Європейського Союзу та НАТО, принципи їх роботи та значення в сучасному світі - Формування інформаційних приводів у галузі міжнародної політики - Робота прес-служб дипломатичних представництв України та державних установ
Чому це цікаво/треба вивчати	Після масштабного вторгнення Росії Україна остаточно визначила свій зовнішньополітичний напрям. Процес приєднання до НАТО та ЄС є складним і вимагає глибоких знань і нестандартних підходів до реалізації.
Чому можна навчитися	Шукати спільну мову з колегами з інших країн, точки перетину

Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Отримані знання можна застосувати як у місцевих органах самоврядування та державних установах, так і в комерційних компаніях та неурядових організаціях. Вони допоможуть забезпечити систематичне планування діяльності, розвиток навичок обміну досвідом, визначення стратегічних пріоритетів та інструментів їх впровадження.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, відеоматеріали.
Вид семестрового контролю	Екзамен

ФЕЙКИ: ВИЯВЛЕННЯ ТА ПРОТИДІЯ

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку Вивчення дисципліни	Базове розуміння сутності інформаційної війни, контексту гібридної агресії, уявлення про журналістські стандарти.
Що буде вивчатися	- Сутність та специфіка фейків, схеми та мехізми їх поширення - Екосистему фейків - Ключові стратегії протидії поширенню фейків - Поняття медіаграмотності та ключові стратегії її впровадження - Основні ініціативи, які фокусуються на протидії поширенню фейків

Чому це цікаво/ треба вивчати	Нинішнє гібридне протистояння, яке вже вочевидь не обмежується територією України, є в першу чергу боротьбою за дискурс, за смисли, за думки та емоції. І фейки, які поширюються в тих чи інших медіа (електронні, друковані, особливо соціальні) є зброєю та інструментом такої боротьби. Фейки мають власну екосистему, системи поширення та агентів. Це дешевий, простий та ефективний спосіб нав'язування вигідного наративу.
Чому можна навчитися	Розрізняти фейки та будувати мережі їх побутування; аналізувати державну політику у сфері протидії інформаційній агресії; набуті знань про специфіку протидії поширенню фейків, а також аналізувати ефективність такої протидії.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Знання, отримані під час вивчення матеріалів курсу, дозволять не лише розрізняти фейки, а й володіти базовим інструментарієм їх виявлення та нейтралізації. Ітиметься про побудову довготривалих стратегій протидії поширенню фейків, уміння проводити базові тренінги з виявлення та протидії поширенню фейків.
Інформаційне забезпечення	Силабус, конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт.
Вид семестрового контролю	Екзамен

МЕДІА ТА ВІЙНА: тенденції та виклики

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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Знання української мови, базові знання про військово-політичну ситуацію, безпеку журналіста

Що буде вивчатися	- Особливості функціонування медіа в умовах широкомасштабної війни - Основи аналізу військово-політичної ситуації на театрі бойових дій - Природа формування фейків та протидія ним - Проблеми забезпечення безпеки журналістів в умовах бойових дій - Цензура - Методи стратегічної комунікації
Чому це цікаво/потрібно вивчати	Російсько-українська війна стала найбільшою війною після Другої світової, вона вимагає не лише нових правил висвітлення бойових дій, але і підходів до поширення інформації, аналіз глобального впливу
Чому можна навчитися	Об'єктивно аналізувати перебіг бойових дій, прогнозувати розвиток ситуації на фронті, вдосконалювати у цьому аспекті роботу українських медіа
Як можна користуватися набутими знаннями та уміннями	- Знайти себе як прес-офіцера підрозділу Сил оборони України - Підвищити рівень розуміння проблем російсько-української війни - Готувати аналітичні матеріали на військово-політичну тематику
Інформаційне Забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, відеоматеріали.
Вид семестрового контролю	Екзамен

ВЕБДИЗАЙН МЕДІА

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, 32 години – аудиторна робота, 88 годин – самостійна робота
Мова викладання	Українська

Вимоги до початку вивчення дисципліни	Загальні знання принципів і методів розробки мережових видань
Що буде вивчатися	– Поняття веб-дизайну, UX/UI дизайну, спеціалізації в дизайні, сучасні навички дизайнерів; – поняття дизайн-процесу та основних складових стадій у дизайні, їх послідовність; – типи веб-продуктів, типи інтерфейсів. – UX-дослідження, UX-артефакти; – прототипування веб-продуктів; – розроблення концепцій мережових ресурсів; – основні правила побудови статичних та динамічних сайтів; – основні правила колористики, типографіки та загальної естетики при створенні сайтів; – атомарний дизайн. UI-kit. Moodboard, референси; – поняття інформаційної архітектури та навігаційної структури веб ресурсів; – елементи веб-ресурсів, основні правила та принципи їх створення; – проєктування та створення сайтів різного типу і різного призначення; – копірайтинг у медіа.
Чому це цікаво/ треба вивчати	Студент опанує сучасні інструменти для роботи з веб-проєктами за останніми трендами; пройде всі етапи побудови ідеального дизайн-макету сайту або програми.
Чому можна навчитися	Проєктувати красиві та ефективні веб-продукти різного типу та різного призначення; Навички роботи з інструментами прототипування; Навички роботи із графічним редактором Figma.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Отриманні знання та вміння дадуть студенту змогу проєктувати та створювати дизайн-макети реальних проєктів.
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, 32 години – аудиторна робота, 88 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 будуть працювати 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; працювати з інструментами прототипування; працювати в графічному редакторі Figma.

Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Отримані знання та вміння дадуть 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

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, 32 години – аудиторна робота, 88 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 складників 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 навчиться 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 і навчатися робити сайт доступним на екранах різного розміру та за різних умов.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	-	Отримані знання та вміння дадуть змогу проєктувати 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

РЕПУТАЦІЙНИЙ 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, 46 годин – аудиторна робота, 104 години – самостійна робота
Мова викладання	Українська

Вимоги до початку Вивчення дисципліни	Загальні знання о теорію та практику піар-комунікацій.
Що буде вивчатися	– поняття репутація компанії, іміджу та соціальної відповідальності; – репутація та персональний бренд; – стейкхолдери компанії; – процес створення репутації; – способи формування репутації; – репутаційні ризики; – репутаційний аудит; управління репутацією.
Чому це цікаво/ треба вивчати	Здобувачі знатимуть теоретичні та практичні аспекти процесу формування репутації в умовах глобальних викликів, оскільки ділова репутація є одним із найважливіших нематеріальних ресурсів, що формує уявлення про підприємство (його керівника) у суб'єктів зовнішнього середовища та дозволяє отримати довгострокові конкурентні переваги.
Чому можна навчитися	Здобувачі навчатися проводити ефективні піар-комунікації для створення та розбудови ділової та персональної репутації, складати стратегічні та тактичні плани піар-комунікації, планувати та проводити заходи піар-комунікації, виконувати посадові функції менеджерів зв'язків з громадськістю.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	У наслідок вивчення курсу здобувач умітиме планувати робочі репутаційні та іміджеві заходи; працювати з інформаційними та іміджевими корпоративними документами; самостійно вибирати ефективну стратегію управління корпоративною репутацією; розробляти комунікаційні та інформаційні кампанії в медіа, медіа-програми; застосовувати на практиці професійні стандарти у взаєминах зі медіа; оцінювати умови комунікації; розбудовувати комунікаційне поле і потоки компанії.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, електронний конспект лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт, підручники, довідкові джерела.
Вид семестрового контролю	Екзамен

