

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Факультет торгівлі та маркетингу

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ
Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

галузь знань 06 Журналістика
спеціальність 061 «Журналістика»
освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»
освітній ступінь «бакалавр»

Київ 2024

3. Освітня програма

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) д.е.н., проф. Файвішенко Д.С.

3.1. Профіль освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» зі спеціальності 061 «Журналістика»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет; факультет торгівлі та маркетингу; кафедра журналістики та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Журналістика»
Офіційна назва освітньої програми	«Реклама і зв'язки з громадськістю»
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає СВО МОН України
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний ступінь (надається на базі одного навчального закладу), 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, дата видачі сертифікату 23.06.2022 № 3583, строк дії сертифікату до 01.07.2027
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ — ENEA – перший цикл, EQF— LLL– 6 рівень
Передумови	– повна загальна середня освіта; – умови прийому на програму регламентується Правилами прийому до ДТЕУ.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01 липня 2027 року
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	

Забезпечити набуття здобувачами вищої освіти теоретичних знань, практичних умінь та навичок, достатніх для успішного впровадження: дослідницьких засад ринкової позиції підприємства, вивчення його стратегій у сфері реклами і зв'язків з громадськістю в умовах конкуренції та невизначеності; пропозицій щодо просування товарів та послуг за допомогою реклами і зв'язків з громадськістю; комунікаційних звернень, візуального та аудіовізуального контенту, рекламного та PR-продукту; релевантної етапності рекламної кампанії підприємства та кампанії зі зв'язків з громадськістю.

3 - Характеристика освітньої програми

Предметна область	<p><i>Об'єкти вивчення</i> та діяльності: соціальні комунікації в різних їхніх виявах і видах; продукти соціального комунікування; аудиторія та інші споживачі (користувачі) цих продуктів.</p> <p><i>Мета навчання</i>: сформуванню здатність випускника розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області</i>: поняття про журналістику, рекламу та зв'язки з громадськістю, видавничу діяльність та редагування й інші види комунікаційної діяльності як соціальнокомунікаційні інститути.</p> <p><i>Методи, методики та технології</i>: прикладні соціально-комунікаційні технології; методи й методики збору, обробки та поширення інформації, медіапланування, професійні норми та стандарти й інші спеціальні методики, що використовують у сфері соціальних комунікацій і вузькопрофесійних галузях соціального комунікування.</p> <p><i>Інструменти та обладнання</i>: телевізійне та радіобладнання, комп'ютерна техніка, програмне забезпечення для обробки зображень, відео, звуку та верстки.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Акцент на готовність працювати та набувати навички й знання в соціально-гуманітарній, фундаментально природничо-науковій, професійній та практичній підготовці.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Формування системи професійних знань та практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань, пов'язаних з використанням технологій реклами і зв'язків з громадськістю, а також здійсненням рекламної діяльності підприємствами торговельної сфери та інших сфер суспільного життя.</p> <p>Ключові слова: управління комунікаціями, репутацією та іміджем підприємства; стратегічне та тактичне планування системи комунікацій; створення продуктивних програм реклами та зв'язків з цільовими групами громадськості; моніторинг та дослідження громадської думки та ставлення до корпоративного іміджу та репутації підприємства; технологій рекламної діяльності та діяльності з забезпечення корпоративних зв'язків з громадськістю.</p>
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері реклами і зв'язків з громадськістю; практична підготовка на підприємствах, які здійснюють рекламну діяльність і зв'язки з громадськістю.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади відповідно до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: Кваліфікована виконавська діяльність у видавництвах, інформаційних та медійних агентствах, прес-службах, політичних, комерційних та громадських організаціях, медіаструктурах, науково-дослідних, експертних установах, навчальних закладах.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ – ENEA, 7-рівня EQF – LLL, 7-го рівня НРК України.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, відео-тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, ділові ігри, «мозкові атаки», ситуаційні вправи (метод «кейс-стаді»), робота в малих групах, дистанційне навчання.
Оцінювання	Письмові экзамени, заліки, підсумковий контроль, усні та письмові опитування, оцінювання есе та презентацій, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт. Атестація (<i>кваліфікаційна робота та захист</i>) за Положенням про випускні кваліфікаційну роботу (проект), Положенням про організацію освітнього процесу студентів, Положенням про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів у ДТЕУ.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

Загальні компетентності	<p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК07. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК13. <i>Здатність вільно оперувати засобами вербальної (культура мовлення, комунікабельність, толерантність) та невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки, артистичність), здатність до публічної діяльності.</i></p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	<p>СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК02. Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>СК03. Здатність створювати медіапродукт.</p> <p>СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.</p> <p>СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p> <p>СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.</p> <p>СК07. <i>Здатність застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології.</i></p> <p>СК08. <i>Здатність створювати ефективні інформаційні приводи, сценарії до них та організовувати повний цикл процесів підготовки та проведення комунікаційних заходів.</i></p> <p>СК09. <i>Здатність передбачити тенденції та перспективи розвитку рекламного та PR-бізнесу в умовах глобалізації та світової трансформації та прогнозувати репутаційні ризики, а також розробляти плани антикризових заходів.</i></p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРО1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p>ПРО2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення</p>

інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.

ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

ПР19. Планувати та прогнозувати результати співпраці із замовником в медійній сфері, визначати тенденції розвитку та функціонування вітчизняних та зарубіжних медіа систем.

ПР20. Розробляти сценарії комунікаційних заходів, володіти творчими методиками для розробки нових ідей, застосовувати іміджеві технології в рекламній та PR-діяльності, здійснювати консалтинг з питань іміджмейкінгу, застосовувати технології розробки бренду.

ПР21. Використовувати моделі стратегічного управління в галузі реклами та PR, навички складати робочий план реалізації рекламної

	<i>та PR-кампанії, оцінювати ефективність рекламної та PR-діяльності.</i>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку спеціалістів з реклами та зв'язків з громадськістю є кафедра журналістики та реклами ДТЕУ. Завідувач кафедри: Файвішенко Діана Сергіївна д.е.н., проф. Навчальний процес забезпечується викладачами, 100% з яких мають науковий ступінь та/або вчене звання. З них доктори наук – 20,0%, кандидати наук – 80,0%. 16,3 % викладачів мають звання професора, 73,7% – звання доцента.</p> <p>Фахівці, що здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю», повинні мати фахові знання та володіти професійними навичками в галузі журналістики, соціальних комунікацій, PR-діяльності та реклами. Можлива участь закордонних фахівців та фахівців-практиків при викладанні дисциплін циклу професійної підготовки.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	Основу матеріально-технічного забезпечення складають лекційні аудиторії з відповідним мультимедійним обладнанням, комп'ютерні та спеціалізовані аудиторії, лабораторій ДТЕУ. Наявність соціально-побутової інфраструктури ДТЕУ.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Загальні наукові та спеціальні джерела інформації з реклами та зв'язків з громадськістю, навчально-методична та монографічна література, інформаційні ресурси системи дистанційного навчання та мережі Інтернет.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до укладених договорів про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність реалізується за рахунок укладання договорів про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають навчання студентів, видачу подвійного диплому тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	В академічних групах навчаються іноземні студенти. Для іноземних студентів дисципліна «Українська мова як іноземна» викладається протягом 1-7 семестрів з окремим графіком викладачами, які завершили спеціальну підготовку з викладання української мови як іноземної.

3.2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24
ОК 2	Правознавство	6

ОК 3	Масові комунікації	6
ОК 4	Журналістика	6
ОК 5	Практична стилістика української мови	6
ОК 6	Філософія	6
ОК 7	Інформаційні технології в професійній діяльності	6
ОК 8	Маркетинг	6
ОК 9	Основи редагування	6
ОК 10	Медіаекономіка	6
ОК 11	Маркетингові комунікації	6
ОК 11.1	КР з Маркетингових комунікацій	
ОК 12	Комп'ютерна графіка в рекламі	6
ОК 13	Реклама	6
ОК 14	Теорія зв'язків з громадськістю	6
ОК 15	Дизайн у рекламі	6
ОК 16	Організація роботи рекламного та PR-агентства	6
ОК 16.1	КР з організації роботи рекламного та PR-агентства	
ОК 17	Рекламний креатив	4,5
ОК 18	Поведінка споживачів	6
ОК 19	Рекламні технології	4,5
ОК 20	Копірайтинг	6
ОК 21	Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках з громадськістю	6
ОК 22	Медіапланування	6
ОК 23	Ділові переговори	7,5
ОК 24	Журналістика цифрових медіа	7,5
ОК 25	Практична підготовка 1	3
ОК 26	Практична підготовка 2	6
ОК 27	Підготовка до атестації	3
ОК 28	Виконання кваліфікаційної роботи та захист	6
	Загальний обсяг обов'язкових компонент	180
Вибіркові компоненти ОП		
ВК 1	Безпека життя	6
ВК 2	Блогінг	
ВК 3	Галузева журналістика	6
ВК 4	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6
ВК 5	Економічна теорія	6
ВК 6	Етика бізнесу	6
ВК 7	Іміджологія	6
ВК 8	Інфографіка	6
ВК 9	Інформаційні війни	6
ВК 10	Історія економіки та економічної думки	6
ВК 11	Історія зарубіжної літератури	6
ВК 12	Історія реклами та зв'язків з громадськістю	6
ВК 13	Історія України	6

ВК 14	Історія української культури	6
ВК 15	Кризові комунікації	
ВК 16	Культурна спадщина України	6
ВК 17	Логіка	6
ВК 18	Макетування у рекламі	6
ВК 19	Менеджмент	6
ВК 20	Міжнародна журналістика	6
ВК 21	Ораторське мистецтво	6
ВК 22	Основи кібербезпеки	6
ВК 23	Політологія	6
ВК 24	Прямий маркетинг	6
ВК 25	Психологія	6
ВК 26	Психологія реклами	6
ВК 27	Психологія торгівлі	6
ВК 28	Світова культура	6
ВК 29	Соціальне лідерство	6
ВК 30	Соціологія	6
ВК 31	Таргетована реклама	6
ВК 32	Товарознавство	6
ВК 33	Українська література та фольклор	6
ВК 34	Управління персоналом	6
ВК 35	Цільовий комунікативний курс англійської мови	6
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

3.4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація відбувається у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота являє собою виготовлений інформаційний продукт або проєкт інформаційної акції чи інформаційну акцію, до яких додають пояснювальну записку.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері соціальних комунікацій, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації.

Кваліфікаційна робота має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або у репозитарії закладу вищої освіти.

3.5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

3.5.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компонент и / Компе- тентності	OK 1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK 6	OK 7	OK8	OK9	OK1 0	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28
ЗК01	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК02	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК03			•			•									•								•		•	•	•	•
ЗК04		•	•	•			•	•			•		•	•	•		•	•	•	•	•	•			•	•	•	•
ЗК05			•				•		•		•	•	•	•	•		•		•			•	•	•	•	•	•	•
ЗК06					•										•									•		•	•	•
ЗК07															•									•		•	•	
ЗК08	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•
ЗК09		•	•								•														•	•	•	•
ЗК10		•	•	•	•	•								•	•						•				•	•	•	•
ЗК11			•	•	•				•		•		•	•			•				•			•	•	•	•	•
ЗК12	•			•										•			•				•			•	•	•	•	•
ЗК13			•	•				•					•	•		•								•		•	•	•
СК01								•		•	•		•	•	•		•	•	•	•	•			•	•	•	•	•
СК02	•	•	•	•	•							•	•	•	•	•	•		•	•				•	•	•	•	•
СК03	•	•	•	•	•			•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•				•	•	•	•	•
СК04										•			•	•		•										•	•	•
СК05								•			•	•	•	•		•		•	•		•	•			•	•	•	•
СК06	•	•	•	•		•					•			•										•	•	•	•	•
СК07										•			•	•		•			•		•	•			•	•	•	•
СК08	•				•				•		•	•	•	•		•	•				•	•		•	•	•	•	•
СК09											•		•	•		•						•			•	•	•	•

3.5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	
ПР01	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
ПР02	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР03			•			•										•							•			•	•	•	•
ПР04		•	•	•			•	•			•		•	•	•		•	•	•	•	•	•				•	•	•	•
ПР05			•				•		•		•	•	•	•	•		•		•			•	•	•	•	•	•	•	•
ПР06					•											•								•		•	•	•	•
ПР07																•								•		•	•		
ПР08	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•
ПР09		•	•																						•	•	•	•	•
ПР10		•	•	•	•	•								•	•						•				•	•	•	•	•
ПР11			•	•	•				•		•		•	•			•				•			•	•	•	•	•	•
ПР12	•			•										•			•				•			•	•	•	•	•	•
ПР13								•		•	•		•	•	•		•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•
ПР14	•	•	•	•	•							•	•	•	•	•	•		•	•					•	•	•	•	•
ПР15	•	•	•	•	•			•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•				•	•	•	•	•
ПР16										•			•	•		•										•	•	•	•
ПР17								•			•	•	•	•		•		•	•		•	•				•	•	•	•
ПР18	•	•	•	•		•					•			•										•	•	•	•	•	•
ПР19										•			•	•		•			•		•	•				•	•	•	•
ПР20	•				•				•		•	•	•	•		•	•				•	•			•	•	•	•	•
ПР21											•		•	•		•	•						•			•	•	•	•

3.6.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24
ПР01	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР02	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР03			•			•		•			•		•	•		•	•				•	•	•	•
ПР04		•	•	•			•	•			•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР05							•		•			•	•	•	•				•			•		•
ПР06																								
ПР07												•				•	•							
ПР08	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•
ПР09		•																						•
ПР10		•		•		•					•			•	•		•			•			•	•
ПР11			•	•	•				•		•		•	•			•			•			•	•
ПР12	•			•										•			•			•				•
ПР13								•		•	•		•	•	•		•	•	•	•	•			•
ПР14	•	•	•	•	•							•	•	•	•	•	•		•	•				•
ПР15	•	•	•	•	•			•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•				•
ПР16										•			•	•		•								
ПР17								•			•	•	•	•		•		•	•		•	•		
ПР18	•	•	•	•		•					•			•									•	•
ПР19										•			•	•		•			•		•	•		
ПР20	•				•				•		•	•	•	•		•	•			•	•			•
ПР21											•		•	•		•						•		

3.6.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14	ВК 15	ВК 16	ВК 17	ВК 18	ВК 19	ВК 20	ВК 21	ВК 22	ВК 23	ВК 24	ВК 25	ВК 26	ВК 27	ВК 28	ВК 29	ВК 30	
ПР01	•	•	•	•	•			•			•					•		•				•	•	•			•	•	•		
ПР02		•					•	•			•							•	•	•		•						•			
ПР03		•						•			•							•												•	
ПР04		•		•			•	•	•	•	•	•								•		•						•			•
ПР05							•	•									•			•											
ПР06																	•					•					•				•
ПР07																	•													•	•
ПР08		•													•					•										•	•
ПР09		•						•												•	•							•		•	•
ПР10								•			•										•						•			•	•
ПР11		•						•				•	•	•					•			•				•					
ПР12										•									•												
ПР13		•					•	•														•	•	•							
ПР14		•																										•			
ПР15		•				•	•									•				•				•							
ПР16																														•	
ПР17																															
ПР18		•	•		•												•		•									•			
ПР19						•																								•	
ПР20																	•														
ПР21																						•									

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)

4.1. Назва. ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. I–IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Англ. мова: Цимбалиста О.А., канд. філол. наук, доц. каф. іноземної філології та перекладу; Розум А. П., старш. викл. каф. іноземної філології та перекладу.

Результати навчання. Формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок спілкування іноземною мовою за професійним спрямуванням, читання та перекладу оригінальної іншомовної літератури з фаху, написання анотації. Програма дисципліни розрахована на досягнення РВМ В₂.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Вхідний рівень володіння іноземною мовою В₁₊.

Зміст. 1 етап – формування базової іноземномовної компетентності в сфері економіки і бізнесу. Бізнес та комерційні організації. Організація та персонал. Продукт, ринок та ринкові відносини. Фінанси. Облік і аудит. Банки і банківська діяльність. Міжнародний бізнес. Засоби ділового спілкування.

2 етап – розвиток іноземномовної компетентності та практичних навичок володіння мовою фаху. Основні економічні поняття; маркетинг; функції маркетингу; менеджмент; форми торгівлі; реклама; типи реклами; реклама в Україні; типи зв'язків з громадськістю; рекламні агенції та їх персонал; етика ведення реклами та зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубініна О.В. Граматика англійської мови = English Grammar : навч. посіб. / О.В. Дубініна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 288 с.
2. Колот Л. А. Англійська мова ділової кореспонденції = Advanced business english : навч. посіб. / Л. А. Колот, Л. В. Кушмар. – Вид. 3-тє, допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 228 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання, комп'ютерне тестування.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання. Англійська.

4.2. Назва. ПРАВОЗНАВСТВО.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2024/2025.

Семестр. I.

Лектор, науковий ступінь, посада. Альонкін О.А., к.юр.н., доц. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу, Бондаренко Н.О., доц., к.юр.н., доц. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу, Сонюк О.В., доц., к.юр.н., доц. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу, Ситніченко О.М., доц., к.юр.н., доц. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу, Захарчук А.С. проф., д.юр.н., проф. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу, Мельниченко Р.В., к. юр. н., в.о. зав. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу.

Результати навчання. Формування у студентів правової культури, що включає усвідомлення закону як найвищого акту регулювання відносин між громадянами і державою. Здійснювати пошук інформації з різних джерел, у т.ч. з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, для вирішення професійних завдань. Обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки за результатами власних досліджень і аналізу літературних джерел.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання з предмету «Право» повної загальної середньої освіти.

Зміст. Основи теорії держави і права: поняття, ознаки та форма держави. Основи теорії держави і права: поняття, ознаки і система права та правовідносини і правова поведінка. Основи конституційного права України: загальні засади конституційного ладу. Основи конституційного права України: органи державної влади та органи місцевого самоврядування. Основи адміністративного права України: правове регулювання публічного адміністрування і державної служби. Основи адміністративного права України: адміністративні правопорушення і відповідальність. Основи фінансового права України. Основи цивільного права України: поняття та зміст цивільних правовідносин і права власності. Основи цивільного права України: поняття та зміст права інтелектуальної власності, зобов'язань і спадкового права. Основи трудового права

України: поняття та зміст трудових правовідносин і трудового договору (контракту). Основи трудового права України: правове регулювання робочого часу і часу відпочинку, трудової дисципліни і трудових спорів. Основи господарського права України: правові основи здійснення господарської діяльності. Основи господарського права України: правовий статус підприємств, господарських товариств, їх об'єднань та фізичних осіб – підприємців. Основи інформаційного права в Україні. Основи кримінального права України: кримінальні правопорушення, відповідальність і покарання. Основи кримінального права України: окремі види кримінальних правопорушень. Основи міжнародного приватного права в Україні.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Основи правознавства України: навч. посібн. / за ред. проф. Ю. І. Крегула. – Київ : КНТЕУ, 2019. – 528 с.
2. Герц А.А. Правознавство : навч. посіб. / А.А. Герц, С.Й. Кравчук.– Київ : Кондор, 2020.– 278 с.
3. Правознавство: практикум: навч. посібн. для ВНЗ / С.В.Дрожжина, І.В.Шульженко, О.О. Одінцева та ін. – Київ : Магнолія 2006, 2019.– 326 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: Лекції (оглядові / тематичні), семінарські / практичні, самостійна робота, консультації.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, письмові роботи, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2024/2025.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Онофрійчук І.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів системи знань про теорію та історію масових комунікацій, набуття вмінь і навичок для аналізу масовокомунікаційних процесів за допомогою відповідної методології, вивчення концепцій (моделей) масових комунікацій.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи журналістики», «Теорія зв'язків з громадськістю», «Основи реклами».

Зміст. Загальна характеристика й наукові концепції масових комунікацій. Види і форми мас, масова свідомість і громадська думка. Поняття аудиторії та масової аудиторії, соціальний портрет сучасної аудиторії мас-медіа. Комунікатори в системі масового спілкування. Сутність та види масового комунікаційного впливу. Поняття комунікативного бар'єру як перешкоди ефективному спілкуванню. Види технологій масового комунікаційного впливу. Сутність інформації. Масова інформація як інструмент комунікаційного впливу. Ефективність і дієвість у масовій комунікації. Визначення й формули ефективності в масовій комунікації. Інформаційне суспільство як новий етап цивілізаційного розвитку.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій : навч. посіб./ І. Чудовська. – Київ, 2021. – 235 с.
2. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі; укл. Є.О. Кияниця. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / проблемна); практичні заняття (розгляд масовокомунікаційних теорій, обговорення в групах, написання есе, промов та виступів з використанням комунікаційних технологій та їх подальше обговорення), відвідування українських мас-медіа з метою практичного бачення створення інформаційних продуктів, роботи з аудиторіями тощо.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка виконаних робіт);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. Назва. ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2024/2025.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина К.О., канд. політ.наук, старш. викл. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності, функцій і принципів журналістики як масової інформаційної та творчої діяльності, її етичних і правових засад; прищеплення навичок щодо написання журналістських творів різних жанрів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації».

Зміст. Поняття журналістики. Журналістика як галузь масової інформаційної діяльності. Історія журналістики. Функції журналістики. Принципи журналістики. Свобода ЗМІ та журналістської діяльності. Журналістика як система ЗМІ. Правові засади журналістської діяльності. Професійні стандарти та морально-етичні норми журналістики. Система методів журналістської діяльності. Робота з джерелами інформації. Робота над журналістським твором. Факти та аргументація в журналістиці. Система жанрів журналістики. Виробництво новин. Організація роботи і структура редакції ЗМІ. Ефективність і дієвість журналістики.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі; укл. Є.О. Кияниця. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.
2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального чи групового творчого завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.5. Назва. ПРАКТИЧНА СТИЛІСТИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2024/2025.

Семестр. I.

Лектор, науковий ступінь, посада. Тесленко Н. О., к. філол. н., доц. каф. сучасних європейських мов.

Результати навчання. Підвищення рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування в його усній і писемній формах; вироблення навичок практичного володіння мовою в різних видах мовленнєвої діяльності, зумовленої професійними потребами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Українська мова рівня повної середньої освіти.

Зміст. Стилїстика, основні завдання стилїстики. Стилїсова диференціяція сучасної української літературної мови. Стилїстичне розшарування української лексики. Стилїстичне використання багатозначності, омонїмії, паронїмії, синонїмії та антонїмії, лексики іншомовного походження, термінів, неологізмів та застарїлої лексики. Стилїстичне використання фразеологїї. Експресивно-емоційна роль фразеологізмів у ЗМІ. Мовно-виразові засоби стилїстики (епїтети, порівняння, метафори тощо). Морфологічні засоби стилїстики. Стилїстичні можливості синтаксису.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Коломієць І.І. Стилїстика української мови: навч. посїб./ І.І. Коломієць. – Умань : Уманський державний педагогічний університет, 2019. – 172 с.
2. Дубічїнській В. Фахова українська мова: навч. посїбн. / В. Дубічїнській, Л. Васенко, О. Кримець. – Центр навчальної літератури, 2019. – 272 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота (пояснювально-їлюстративні, дослідницькі, евристичні, проблемні, дискусійні, інтерактивні методи та технології викладання).

Методи оцінювання.

– поточний контроль (усне і фронтальне опитування, тестування, підсумкова контрольна робота, перевірка самостійної роботи, індивідуальних творчих завдань, презентацій, публічних виступів).

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. Назва. ФІЛОСОФІЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2024/2025.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Морозов А.Ю., проф., д-р філософ. наук, проф. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування філософської культури мислення та пізнання навколишнього світу та самого себе, навичок застосування філософської методології.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Історія України» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Філософія як світогляд і наука. Онтологія. Філософське вчення про буття. Діалектика. Філософська теорія розвитку. Філософія людини. Філософія свідомості. Гносеологія. Філософія пізнання. Філософія науки і техніки. Філософія суспільства. Філософія цивілізації. Філософія культури. Філософія історії. Філософія економіки. Філософія політики та права. Філософія моралі. Філософія майбутнього.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Філософія: підручник для студентів і курсантів вищих закладів освіти III-IV рівнів акредитації / авт.кол.; за ред. О. В. Рябіної, Л. І. Юрченко. – Х. : Видавництво Іванченка І.С., 2021. – 286 с.
2. Філософія. Хрестоматія: навч. посібн. / під ред. А. Ю.Морозова, Ю. І. Кулагіна. – Київ : КНТЕУ, 2021. – 380 с.
3. Філософія : підручник / В.С. Бліхар, М.М. Цимбалюк, Н. В. Гайворонюк, В. В. Левкулич, Б.Б. Шандра, В. Ю. Свищо. Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Ужгород : Вид-во УжНУ «Говерла», 2021. – 440 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, колоквіуми, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2024/2025.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Зозуля В.А., доц., канд. тех. наук, доц. каф. цифрової економіки та системного аналізу.

Результати навчання. Формування у студентів необхідного рівня комп'ютерної грамотності та інформаційної культури, набуття практичних навичок використання сучасних інформаційних технологій і пакетів прикладних програм для розв'язання різноманітних економічних задач. Засвоєння теоретичних засад інформаційних технологій та застосовуваних у цій галузі науки ключових понять.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформатика» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Поняття інформації, її класифікація та основні властивості. Інформаційні технології та системи, їх класифікації. Економічна інформація та її властивості. Фундаментальні засади Internet, роль Інтернет-технологій в суспільстві. Основи роботи в хмарних середовищах. Хмарні сервіси Microsoft 365, Google. Порівняльна характеристика найпопулярніших хмарних сервісів. Їх переваги та недоліки. Використання сервісів Office 365 у навчанні та у подальшій професійній діяльності. Текстовий процесор MS Word, його призначення та функціональні можливості. Фундаментальні основи та принципи функціонування Інтернет. Табличний процесор MS Excel, його загальна характеристика. Об'єкти MS Excel. Основи роботи у середовищі MS Excel. Операції створення, редагування та форматування електронних таблиць MS Excel. Робота з функціями і формулами. Робота з таблицями MS Excel, як з базою даних. Створення, редагування і форматування графіків та діаграм. Аналіз даних у середовищі табличного процесора MS Excel. Бази даних, основні поняття та визначення. Робота з професійними базами даних в MS Access. Візуалізація бізнес-процесів засобами MS Visio. Можливості створення та показ презентацій в MS Power Point.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Інформаційні технології: навч. посіб. / О.І. Зачек, В.В. Сенік, Т.В. Магеровська та ін.; за ред. О. І. Зачека. – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. – 432 с.
2. Paranjape, Dr. Nitin. Efficiency Best Practices for Microsoft 365: Discover Ways to Improve Your Efficiency and Save Time Using M365 Applications. Packt Publishing, 2021. – 538 p.

3. Басюк Т.М. Основи інформаційних технологій : навч. посіб. / Т.М. Басюк, Н.О. Думанський, О.В. Пасічник [нове видання]. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2020. – 390 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні заняття (традиційні, тренінгові завдання, комп'ютерне тестування); застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, комплексні контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. МАРКЕТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2025/2026.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Черниш Т.О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів системи спеціальних знань та вмінь у галузі маркетингу, а також набуття практичних навичок маркетингової діяльності, має на меті підготувати їх до ефективного використання методології та інструментарію маркетингу у майбутній професійній діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Психологія», «Правознавство», «Соціологія».

Зміст. Сутність та зміст маркетингу. Види маркетингу. Маркетингове середовище, його структура, фактори формування. Маркетингові аспекти кон'юнктури ринку. Поведінка споживачів: характеристики типів споживачів, моделювання споживчої поведінки. Сегментація та позиціонування як маркетингові технології. Товару в системі маркетингу. Життєвий цикл товару. Конкуренентоспроможність товарів на ринку. Товарна марка, упаковка, сервіс у системі маркетингу. Ціна та цінова політика в системі маркетингу: мета та завдання. Маркетингова збутова діяльність. Фактори вибору каналу розподілу підприємством. Електронні канали розподілу. Франчайзинг. Система маркетингових комунікацій. Розробка програми рекламної діяльності.

Засоби стимулювання збуту. Прямий маркетинг. Цілі та засоби зв'язків з громадськістю. Бренд та процес його створення. Інші синтетичні засоби маркетингових комунікацій. Цифровий маркетинг та цифрові комунікації. Підсистема інформаційного забезпечення маркетингової діяльності. Маркетингова інформація. Структура процесу маркетингових досліджень. Управління маркетинговою діяльністю. Підсистема планування та організації маркетингової діяльності. Сутність та специфіка маркетингу сфери послуг. Сутність та специфіка торговельного маркетингу. Комплекс засобів мерчандайзингу. Сутність та структура ринку послуг індустрії гостинності. Рівні маркетингу у сфері туристичних послуг. Особливості маркетингу в туризмі та маркетингові дії, які з них випливають. Специфіка маркетингу народних ремесел та промислів. Сутність та суттєві ознаки банківського маркетингу. Сутність та основні завдання маркетингу в аграрній сфері. Сутність та зміст маркетингового аудиту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Маркетинг для бакалаврів : навч. посіб. / [уклад.: І. М. Буднікевич та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Буднікевич ; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – 2-ге вид., перероб. та допов. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича : Рута, 2021. – 357 с.
2. Сенишин О. С. Маркетинг : навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Львів : Простір-М : ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. – 346 с.
3. Планування маркетингу: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова, ін. та. – 2-ге вид., переробл. та допов. – Київ: ЦУЛ, 2019. – 349 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація, лекція-конференція; практичні заняття: презентація, дискусія, комунікативний метод, модерація, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах, інше).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого дайджесту, звіту, презентації; задачі, ситуаційні завдання, творчі олімпіади тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. ОСНОВИ РЕДАГУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2025/2026.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Голік О.В., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами, зам.декана ФТМ.

Результати навчання. Формування теоретичних і практичних знань з основ редагування, необхідних для фахової підготовки до друку різних видів видань.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістика», «Українська література та фольклор», «Масові комунікації».

Зміст. Сутність і зміст редагування. Редакційно-видавничий процес. Етапи редагування та їх особливості. Редакторський аналіз. Змістова культура видання. Коректурні знаки. Техніки коректури. Редакторська підготовка складових тексту: заголовки, цитати. Редакторська підготовка бібліографії видання. Редагування навчальних, художніх, інформаційних, газетно-журнальних, рекламних, довідкових, наукових, науково-популярних, навчальних видань. Редакторська підготовка перевидань та перекладних видань.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі ; укл. Є.О. Кияниця. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.
2. Гузенко С. В. Теорія і практика редагування : навч. посіб. / С.В. Гузенко. – Миколаїв : МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2019. – 220 с.
3. Партико З. Основи редагування: навч. посіб. у 2 кн. / З. Партико. – 3-тє вид., переробл. і допов. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – Кн. 1 : підручник. – 332 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова/ тематична); практичні заняття (презентація, моделювання ситуацій, тести).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації / ситуаційних/творчих завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. МЕДІАЕКОНОМІКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2025/2026.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ситник Г.В. проф., доктор екон. наук, проф. каф. економіки та фінансів підприємства.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань про базові поняття медіаіндустрії, господарської діяльності медіабізнесу на медіаринку, бізнес-моделей медіабізнесу, їх трансформацій в умовах інформаційного суспільства, змісту окремих напрямів діяльності, системи показників, що характеризують економічні ресурси та результати господарсько-фінансової діяльності медіабізнесу, набуття практичних навичок щодо оцінки ефективності використання та розвитку ресурсного потенціалу, формування конкурентоспроможності, фінансової стабільності та економічної безпеки медіабізнесу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія».

Зміст. Сутність медіаекономіки. Медіа як індустрія, основні фактори її розвитку. Медіа як товар та суспільне благо. Поняття медіаринку. Концепція зведеного ринку медіа. Види та межі медіаринку. Структурні елементи медіаринку, основні актори медіаринку. Регулювання медіаринку. Вплив зовнішніх ефектів, неподільності, інформаційних недоліків, нерациональної поведінки на медіаринок. Медіа та мережеві ефекти. Концентрація медіа-бізнесу, характеристика її основних видів. Бізнес-модель мас-медіа. Трансформація бізнес-моделей мас-медіа в інформаційному суспільстві. Методологічні та методичні засади планування діяльності медіабізнесу. Формування програми діяльності медіабізнесу, характеристика окремих планів медіабізнесу. Складові ресурсного потенціалу медіабізнесу та шляхи його ефективного використання. Трудові ресурси в медіа індустрії, системи матеріального стимулювання; методичні підходи до їх аналізу та планування. Поняття праці в концепціях медіаекономіки. Креативна праця та її особливості. Оцінка трудових витрат в медіа індустрії. Майнові ресурси (активи) медіабізнесу, методичні підходи до аналізу та планування оборотних, необоротних активів медіабізнесу.

Фінансування медіабізнесу. Характеристика моделей фінансування медіабізнесу. Сутнісні характеристики капіталу, класифікація видів капіталу підприємства. Власний та позиковий капітал, особливості формування та використання, методичні підходи до їх аналізу та планування. Економічна сутність та механізм формування витрат, доходів, прибутку в медіабізнесі. Аналіз та планування економічних результатів господарсько-фінансової діяльності медіабізнесу. Оцінка ефективності господарської діяльності та пошук шляхів її підвищення. Сутність фінансового стану, його складові, методи оцінки. Конкурентоспроможність медіабізнесу та механізм її визначення. Сучасні моделі розвитку медіабізнесу, запобігання кризовим явищам та банкрутства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Мельникович О.М. Організація роботи рекламного та PR-агентства: підручник/ О.М. Мельникович. – Київ : ДТЕУ, 2023. – 460 с.
2. Романюк І.А. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / І.А. Романюк, О.В. Мандич, І.О. Севідова, Н.М. Бабко, Т.М. Квятко. – Харків: ХНТУСГ, 2020. – 163 с.
3. Sytnyk H. and others. Determinants of business economic security: Monograph/ -Agenda Publishing House, London, United Kingdom. 2019. – 132 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична/ проблемна / бінарна / дуальна / лекція із запланованими помилками); семінарські / практичні заняття (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / «мозкова атака» / тренажерні завдання / метод кейс-стаді / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка презентації / аналітичного огляду/ завдання / розрахунково-аналітичного проєкту / ситуаційного завдання розробленого за матеріалами реального підприємства та ін.);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бучацька І.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних основ маркетингових комунікацій, основний зміст і напрями розвитку елементів системи маркетингових комунікацій; характеристики та види основних засобів реклами, заходи зв'язків з громадськістю, прямого маркетингу, стимулювання збуту та інших синтетичних засобів маркетингових комунікацій; принципи управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємства. Набуття практичних навичок з таких питань: створення програми маркетингових комунікацій підприємства на майбутній період та оцінка її ефективності; обґрунтування та вибір носіїв реклами та розробка медіапланів; оцінка існуючих рекламних звернень; створення позитивної суспільної думки про підприємство; організація участі підприємства у виставці або ярмарку та інше; вибір конкретного рекламного агентства, послугами якого можна скористатися та інше.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації», «Маркетинг», «Інформаційні технології в професійній діяльності».

Зміст. Сутність, цілі та характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій підприємства. Модель процесу комунікації та характеристика основних її елементів. Прийоми створення комунікаційного звернення. Реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг в системі маркетингових комунікацій підприємства. Форми та методи стимулювання продажу товарів, послуг. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій підприємства. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективно комунікації: книга / К. Вікрі. – Київ: Vivat, 2020. – 224 с.
2. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А.В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т.А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.
3. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. / Є.В. Ромат. – Київ : Студцентр, 2024. – 384 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням

інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні); практичні заняття (презентація, дискусія, методи кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка підготовленого звіту, презентації, есе, анонси, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (курсова робота, екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. Назва. КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Алданькова Г.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок у процесі безпосереднього розроблення і створення рекламних матеріалів засобами прикладних комп'ютерних програм Adobe Photoshop, CorelDraw.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформаційні технології в професійній діяльності», «Маркетингові комунікації», «Реклама».

Зміст. Сутність комп'ютерної графіки як інструмента з візуалізації рекламної ідеї. Сучасні напрямки розвитку комп'ютерної графіки в контексті еволюції цифрових технологій. Закони рекламної композиції та засоби її гармонізації. Шрифтове оформлення рекламного звернення. Технології виробництва поліграфічної реклами. Розробка рекламних матеріалів підприємства за допомогою редактору растрової графіки Adobe Photoshop. Корекція та ретуш зображень в Adobe Photoshop. Конструювання фірмової символіки підприємства за допомогою програми векторної графіки CorelDraw. Оброблення растрових об'єктів у редакторі CorelDraw. Оформлення тексту та макетування в редакторі CorelDraw.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Пічугін М. Комп'ютерна графіка: навч. посіб./ М. Пічугін, І. Канкін. – К. : Центр учбової літератури, 2019. – 346 с.

2. Денисенко С.М. Основи композиції і проєктної графіки: навч. посіб. / С.М.Денисенко. – Київ: НАУ, 2021. – 52 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / проблемна); практичні заняття (виконання тренувальних вправ та індивідуальних завдань у графічних редакторах Adobe Photoshop, CorelDraw); експедиції в музеї та виставки, участь у конкурсах та фестивалях реклами.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка виконаних робіт);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.13. Назва. РЕКЛАМА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Файвішенко Д.С., проф., д-р екон. наук., зав. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи прикладних знань студентів у сфері реклами, розуміння концептуальних засад щодо: вибору, використання та значення реклами як елемента системи маркетингу; обґрунтування цілей, завдань та можливостей реклами в інтернеті, характеристик основних каналів та носіїв реклами в інтернеті, інструментарію управління рекламою та аналізу її в інтернеті.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації», «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».

Зміст. Сутність реклами та основні підходи до її розуміння. Основні історичні етапи розвитку реклами в Україні. Типи реклами та їх основні характеристики. Рекламне звернення як елемент рекламної комунікації. Засоби передачі рекламного звернення. Система управління рекламою.

Реклама як засіб реалізації різних концепцій управління економічною діяльністю. Реклама в реалізації концепції маркетингу та системі засобів маркетингових комунікацій. Місце та значення реклами в реалізації маркетингової технології позиціонування. Реклама як інструмент маркетингової технології брендингу. Реклама в реалізації маркетингової технології торговельного-маркетингу. Реклама в

реалізації маркетингу подарунків. Основні інструменти інтернет-реклами. Види інтернет-реклами. Інформаційне забезпечення інтернет-реклами. Характеристика веб-сайту як основного засобу реклами в мережі інтернет. Управління інтернет-рекламою. Ефективність інтернет-реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А.В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т.А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.
2. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посіб. / Н.Іванечко. – Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 88 с.
3. Романюк І.А. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / І.А. Романюк, О.В. Мандич, І.О. Сєвідова, Н.М. Бабко, Т.М. Квятко. – Харків: ХНТУСГ, 2020. – 163 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.14. Назва. ТЕОРІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Добродум О.В., проф., д-р філософ. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Набуття практичних навичок з таких питань, як: застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, формувати інформаційний контент, створювати медіапродукт та ефективно його просувати, застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології, створювати ефективні

інформаційні приводи, сценарії до них та організувати повний цикл процесів підготовки та проведення комунікаційних заходів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації», «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».

Зміст. Феномен PR у житті суспільства. Історія виникнення та розвитку публік релейшнз. Наука про зв'язки з громадськістю. PR як система. Професійні стандарти у сфері PR. Громадська думка: сутність, вивчення та формування. Методи вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища. Технологічне підґрунтя зв'язків з громадськістю. Засоби та прийоми впливу на громадськість. Планування та організація проведення PR-кампанії. Мас-медіа як інструмент публік релейшнз. Пабліситі як форма комунікації з громадськістю. Подієві комунікації в системі зв'язків з громадськістю. Роль публік релейшнз у формуванні іміджу організації.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А.В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т.А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.
2. Brunner Brigitta R. The comprehensive guide to applied PR theory in the 21st century / Ed. John Wiley & Sons. – 1th Edition. - Hoboken: Wiley-Blachwell, 2019 p. – 272 p.
3. Meerman Scott D. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly. - 8th Edition New York: Hoboken: Wiley-Blachwell, 2022. – 480 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних методів викладання та інноваційних технологій навчання: лекції (тематична, проблемна, інтерактивна, лекція-консультація); практичні заняття (доповіді, презентації, аналіз кейсів, навчальні дискусії, творчі медійні проекти).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації, творчі роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. Назва. ДИЗАЙН У РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Алданькова Г.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо аналізу існуючих та специфіки розроблення графічних рекламних матеріалів, фірмової символіки сучасного підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі».

Зміст. Рекламний дизайн як процес проектно-художньої діяльності. Прийоми побудови рекламного звернення та принципи вибору візуальних образів. Художні стилі та стильові течії у рекламному дизайні. Сутність та види рекламної композиції. Закони та засоби композиційної організації реклами. Формоутворення односторінкової реклами. Образотворчі засоби в рекламній композиції. Шрифтові композиції у візуальній організації рекламного звернення. Колір як художній засіб реклами. Сутність, основні елементи, функції фірмового стилю підприємства. Формотворення графічних знаково-символьних об'єктів фірмового стилю. Критерії оцінювання програми фірмового стилю. Цифрові технології у розробці реклами і фірмової графіки.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Денисенко С.М. Основи композиції і проектної графіки: навч. посіб. / С.М.Денисенко. – Київ: НАУ, 2021. – 52 с.
2. Медіаландшафт. Т. 1: наук.-практ. вид. / Д. С. Файвішенко, Є. О. Кияниця, Г. В. Алданькова та ін. / за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 320 с. – (Серія «Медіалогія»).
3. Прищенко С.В. Основи рекламного дизайну: підручник, 2ге вид., випр. і доповн. / С.В. Прищенко. – Київ : Видавничий дім: Кондор, 2019. – 400 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); лабораторні заняття (презентація / виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання, творчі експедиції, відвідування фестивалів, виставок та арт-галерей), застосування дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка підготовленої презентації / захист проектів, творча олімпіада);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.16. Назва. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕКЛАМНОГО ТА PR-АГЕНТСТВА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мельникович О.М., проф., д-р екон. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних знань і практичних навичок щодо організації роботи рекламних та PR-агентств, оволодіння методичним інструментарієм розробки внутрішніх документів, що регламентують роботу агентств, та оцінки ефективності їх діяльності. Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти самостійно розробляти концепцію нового агентства; підбирати прийнятні організаційні структури управління для нових агентств; формувати асортимент рекламних продуктів для агентств різного типу; обирати шляхи просування цих продуктів на ринок; використовувати прийнятні методи ціноутворення, визначати ціну на рекламні продукти; застосовувати існуючі способи пошуку клієнтів рекламних та PR-агентств; керувати стосунками з клієнтами, брати участь в рекламних та PR-тендерах.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Реклама».

Зміст. Сутність, роль та завдання рекламного бізнесу у сучасній економіці. Рекламні та PR-агентства як суб'єкти рекламного бізнесу. Класифікація підприємств рекламної галузі за різними ознаками. Зовнішнє середовище підприємств рекламної галузі. Об'єкти та суб'єкти рекламної діяльності. Характеристика суб'єктів рекламної діяльності. Організаційні структури управління різноманітних підприємств рекламної галузі. Процес розробки концепції нового підприємства рекламної галузі. Підготовка внутрішніх документів, які регламентують діяльність агентства. Формування асортименту рекламних продуктів для агентств різного типу. Ціноутворення на рекламні продукти. Управління стосунками підприємств рекламної

галузі з рекламодавцями. Участь в рекламних та PR-тендерах. Маркетингові комунікації підприємств рекламної галузі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Мельникович О.М. Організація роботи рекламного та PR-агентства: підручник/ О.М. Мельникович. – Київ : ДТЕУ, 2023. – 460 с.
2. Романюк І.А. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / І.А. Романюк, О.В. Мандич, І.О. Сєвідова, Н.М. Бабко, Т.М. Квятко. – Харків: ХНТУСГ, 2020. – 163 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові та тематичні); практичні заняття (із застосуванням ситуаційних вправ (кейсів), проведенням рольових ігор, дискусій, модерацій, роботи у малих групах над проектами та їх презентацією).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування; тестування, перевірка ситуаційних завдань, підготовленого проекту та оцінка його презентації);
- підсумковий контроль (курсова робота, екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.17. Назва. РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кияниця Є.О., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування: знакових систем в рекламній комунікації; міфотворення та міфілогізації в рекламних зверненнях; креативних технологій для отримання інсайту при створенні рекламних матеріалів. Поглиблення розуміння реклами як знакового, соціального та естетичного феномену сучасності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Реклама», «Філософія», «Історія української культури», «Дизайн у рекламі».

Зміст. Поняття креатив. Дотичні поняття, спільне та відмінне між креативом та творчістю. Функції рекламного креативу, функції уяви, складові креативного процесу. Основи неймінгу та слоганістики.

Критерії наймінгу, провідні методи створення назв. Евристика та евриологія – технології креативності. «Мозковий штурм» та його похідні (креативні технології дотичні до «мозкового штурму»). Використання конвергентного та дивергентного, лотерального та вертикального типів мислення. Креативні технології, що відповідають різним типам мислення. Асоціація та бісоціація, їх використання при створенні креативу. Мислення в креативному процесі. Бісоціації. Створення аргументації правильних креативних рішень.

Рекомендовані джерела.

1. Гріфіфітс К. Посібник із креативного мислення: книга / К. Гріфіфітс, М. Кості; пер. з англ. У. Курганової. – Харків : Фабула, 2023. – 288 с.
2. Саленбахер Ю. Креативний особистий брендинг: книга / Ю.Саленбахер; в пер. В'ячеслава Стельмаха. – Харків : Фабула, 2019. – 224 с.
3. Тодорова О. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій : навч.посіб. / О. Тодорова. – Київ : Інтерконтинеталь Україна, 2020. – 192 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (презентація, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, реферату, дайджесту, захист проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.18. Назва. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Зайцева О.І., доц., канд. екон. наук, проф. каф. маркетингу; Василюшина Л.М., канд. екон. наук, доц. каф. маркетингу; Коровіна О.В., канд. екон. наук, доц. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у здобувачів вищої освіти системи поглядів і спеціальних знань про поведінку споживачів, набуття практичних навичок з використання дієвого інструментарію ціннісно-орієнтованого релевантного впливу на поведінку споживачів на насиченому споживчому ринку.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження в рекламі і зв'язках із громадськістю», «Психологія», «Філософія».

Зміст. Поняття споживання в економіці, маркетингу, культурі та персональному житті. Принципи формування споживчої цінності. Вплив зміни споживчих уподобань на види і функції споживання. Споживацтво, консюмеризм, нові тенденції у розвитку сфери споживання (екологічність, етичність, відповідальність) і у поведінці усвідомлених покупців. Детермінанти споживчої поведінки у процесі ухвалення рішення про купівлю. Споживча поведінкова реакція, класифікація споживчих потреб. Фактори зовнішнього і внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Споживання в родині та домашньому господарстві. Ситуаційний вплив на поведінку споживачів, типи ситуативів. Формування системи взаємовідносин зі споживачами. Сутність та значення програм лояльності. Споживчі реакції на спонукальні чинники маркетингу. Споживач як основний конкурентний ресурс сучасного періоду розвитку світової економіки. Трансформація купівельної поведінки споживачів, культура цифрового споживання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Талер Р. Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду: книга / 2-е вид. – К. : Наш формат, 2022. – 464 с.
2. Едді Юн. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду: книга / Юн Едді. – К. : Наш формат, 2019. – 160 с.
3. Del I. Hawkins, David L. Mothersbaugh. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 14th Edition. McGraw-Hill Education, 2021. 778 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/ проблемна/ лекція-консультація), практичні заняття (презентація, експрес-дослідження, індивідуальні завдання, індивідуальне проектування/ дискусія/ моделювання ситуацій/ «мозкова атака»/ кейс-стаді/робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання, захист проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.19. Назва. РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцюк Д.В., доц., канд. екон. наук., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок реалізації технології розробки, виробництва та розміщення реклами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі».

Зміст. Засоби медіареклами та їх основні характеристики. Технологія виготовлення друкованої, банерної реклами. Засоби створення і розміщення реклами в соціальних мережах, месенжерах, електронних поштових розсилках. Landing page. Chat-bot. Аналітика та оцінка ефективності реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ralf Doerner, Wolfgang Broll, Paul Grimm, Bernhard Jung. Virtual and Augmented Reality (VR/AR): Foundations and Methods of Extended Realities (XR) : Springer, 2022. 439 p.
2. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник / Т. М. Янковець. – Київ : ДТЕУ, 2023. – 260 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (розробка проєктів в комп'ютерному класі кафедри з використанням сучасної комп'ютерної техніки і периферії та новітнього програмного забезпечення).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.20. Назва. КОПРАЙТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Голік О.В., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами, зам.декана ФТМ.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо написання рекламних текстів та матеріалів зі зв'язків з громадськістю.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Теорія зв'язків із громадськістю», «Основи реклами», «Журналістика», «Масові комунікації».

Зміст. Процес створення рекламного звернення. Структура й функції рекламного тексту. Елементи рекламного тексту. Літературна норма й мовна практика реклами. Використання художнього прийому в рекламному тексті. Методика написання слоганів. Жанри друкованої реклами: рекламне оголошення, життєва історія, консультація фахівця. Специфіка та елементи тексту радіореклами. Жанри радіореклами. Текст як елемент зовнішньої реклами, його особливості й специфіка. Мовні особливості тексту реклами на телебаченні та у кінорекламі. Реклама на місцях продажів – POS-матеріали: вивіска, вітрина. Специфіка рекламного тексту для різних ЗМІ: преси, радіо, телебачення, Інтернету. Контрольовані організацією PR-матеріали для зовнішньої аудиторії. Лист у редакцію, прес-реліз, пост-реліз, бекграундер, біографічна довідка, факт-лист, стаття, заява для ЗМІ, прес-кіт. Написання промов (спічрайтинг). Основні види спічрайтерського тексту. Методика та етапи написання спічрайтерського тексту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі; укл. Є.О. Кияниця. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.
2. Marc K. Copywriting: 4 in 1: Amazon, 2021. 394 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова/ тематична); практичні заняття (підготовка презентацій, моделювання ситуацій, написання різних рекламних та PR-текстів).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка творчих завдань, презентацій, аналіз рекламних та PR-текстів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.21. Назва. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В РЕКЛАМІ ТА ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мельникович О.М., проф., д-р екон. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів системи знань, компетентності та набуття практичних навичок щодо визначення маркетингової проблеми та розроблення цілей дослідження; створення робочого плану маркетингового дослідження; організація та проведення маркетингових експериментів та спостережень; організація збору вторинної інформації з маркетингових проблем в сфері реклами та зв'язків з громадськістю; розроблення документації для проведення маркетингового дослідження; проведення різних методів опитування; здійснення аналізу результатів маркетингових досліджень за допомогою прикладних програм; опанування методології та методів маркетингових досліджень, придатних для вирішення завдань інноваційного характеру в сфері реклами та зв'язків з громадськістю; оцінювання маркетингової інформації для прийняття рішень у сфері реклами та зв'язків з громадськістю; вміння використовувати стандартні вимоги до оформлення та презентації результатів маркетингових досліджень.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг».

Зміст. Система маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень. Інформаційне забезпечення маркетингового дослідження. Методи збирання первинної маркетингової інформації. Організація процесу збирання первинної інформації. Якісні методи маркетингових досліджень. Аналіз маркетингових даних та інтерпретація результатів маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження в сфері реклами. Маркетингові дослідження в сфері зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / В.В. Барабанова. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. –136 с.
2. Безугла Л.С. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л.С.Безугла, Т.В.Ільченко, Н.І. Юрченко та ін. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. – 300 с.
3. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навч. посіб. / О.Б.Данченко, Т.В. Дзюба. – Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. – 224 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / проблемна); практичні заняття (презентація / дискусія / модерація / «мозкова атака» / метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленого звіту / презентації / ситуаційних завдань тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.22. Назва. МЕДІАПЛАНУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.

Ковінько М. В., канд. філол. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи теоретичних та практичних знань і навичок з медіапланування.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Реклама».

Зміст. Сутність, завдання та етапи медіапланування. Зміст та структура медіаплану. Основні показники медіапланування. Фактори, що впливають на розмір ефективної частоти контакту. Підходи до розрахунку ефективної частоти контактів. Основні концепції медіапланування. Сутність медіадосліджень та їх роль у медіаплануванні. Особливості вивчення аудиторії ЗМІ. Форми подачі рекламної інформації на різних медіаканалах. Типи розміщення реклами в різних видах медіа. Зміст планування рекламної кампанії з різною комбінацією медіаканалів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посіб. / Н.Іванечко. – Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 88 с.
2. Романюк І.А. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / І.А. Романюк, О.В. Мандич, І.О. Сєвідова, Н.М. Бабко, Т.М. Квятко. – Харків: ХНТУСГ, 2020. – 163 с.
3. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. / Є.В. Ромат. – Київ : Студцентр, 2024. – 384 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / бінарна / дуальна / лекція-конференція/ лекція із заздалегідь запланованими помилками); семінарські / практичні заняття (презентація / дискусія / моделювання ситуацій / імітація / робота в малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого індивідуального творчого завдання/ розрахункової роботи/ проекту /задачі / захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.23. Назва. ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ.

Тип. Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бучацька І.О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних основ організації та проведення ділових переговорів, оволодіння прийомами та умовами їх використання для отримання переваг у реалізації стратегій та вирішення спірних проблем у переговорному процесі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації», «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Організація роботи рекламного та PR-агентства».

Зміст. Сутність та значення ділових переговорів у діяльності підприємств, організацій. Порядок організації ділових переговорів. Етапи розробки програми переговорів. Процес проведення ділових

переговорів. Подолання розбіжностей в переговорному процесі. Вербальні комунікації під час переговорів. Невербальні комунікації під час переговорів. Технологічні досягнення в методах роботи з партнерами, покупцями і споживачами послуг підприємства. Етичні аспекти ділових переговорів. Особливості здійснення переговорів з партнерами (клієнтами) із зарубіжних країн.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Зілгар Зіг. Секрети укладання угод: книга / пер. з англ. Я. Машико. – Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. – 416с.
2. Зубенко Л.Г. Культура ділового спілкування : навч. посіб. / Зубенко Л.Г., Немцов В.Д. – Київ : ЕксОб, 2019. – 200 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова, тематична); практичні заняття (презентація, дискусія, методи кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.24. Назва. ЖУРНАЛІСТИКА ЦИФРОВИХ МЕДІА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Голік О.В., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами, зам.декана ФТМ.

Результати навчання. Формування у студентів комплексу теоретичних та практичних знань з основ журналістської діяльності цифрових медіа, необхідних для фахової підготовки інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних матеріалів, програм різних форматів для цифрових медіа.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Теорія зв'язків із громадськістю», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Основи реклами», «Журналістика», «Масові комунікації».

Зміст. Сутність і зміст цифрових медіа. Організація роботи редакції цифрових медіа. Особливості діяльності інформаційної служби телевізійних новин. Журналістські професії в цифрових медіа. Особливості журналістської творчості для цифрових медіа. Інформаційні, аналітично-публіцистичні та розважальні формати на телебаченні. Жанри цифрового радіомовлення. Інтернет-журналістика: специфіка та жанри. Оцінювання якості контенту для цифрових медіа.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Сташен Б. Мобільна журналістика: навч. посіб. / Б.Сташен; пер. з нім. В. Климченка / за загал. ред. В. Іванова. – Київ : Центр вільної преси, 2021. – 260 с.
2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. – Київ: Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.
3. Досенко А. Інтернет-журналістика : комунікативні маркери: навч. посіб. / А. Досенко, І. Погребняк. – Київ: Центр навчальної літератури, 2020. – 184 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (опитування, ситуаційні завдання, презентації, тести, написання текстів різних жанрів журналістської творчості).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, опитування, аналіз текстів, перевірка підготовленої презентації/ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.26. Назва. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. I–IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гамов В.Г., зав. каф. фізичної культури, спорту та реабілітації; Бойко О.Г., доц. каф. фізичної культури, спорту та реабілітації; Короп М.Ю., канд. пед. наук, доц. каф. фізичної культури, спорту та реабілітації.

Результати навчання. Фізичний розвиток, функціональне удосконалення організму, навчання основним життєво-важливим руховим навичкам, вмінням; якісна, динамічна характеристика рівня

розвитку і реалізації можливостей людини, що забезпечує біологічний потенціал його життєдіяльності, необхідний для гармонійного розвитку.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з фізичної культури рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Історія організації фізичної культури. Наукове обґрунтування фізичного виховання та спортивного тренування. Основи професійної прикладної фізичної підготовки. Основи здорового способу життя студентів. Організація лікарського контролю та самоконтролю в процесі фізичного виховання. Гігієнічні основи фізичної культури та спорту. Гімнастика. Атлетична гімнастика. Баскетбол. Волейбол. Легка атлетика. Плавання. Рукопашний бій. Спеціальне медичне 50 відділення. Настільний теніс. Бадмінтон. Дзюдо. Футбол. Аеробіка. Пауерліфтинг.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Кібальник О. Я. Оздоровчий фітнес. Теорія та методика викладання: навч. посіб. для студентів. / О. Я. Кібальник, О. А. Томенко. – Суми : СумДПУ, 2020. – 230 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / лекція-консультація); семінарські / практичні заняття (тренінг / тренажерні завдання / робота у групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (нормативи виконання фізичних вправ, державні тести з фізичного виховання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.25. Назва. БЕЗПЕКА ЖИТТЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Криворучко М.Ю., доц., канд. техн. наук, доц. каф. дизайну, інжинірингу та землеустрою.

Результати навчання. Знання: заходів і засобів формування безпеки життя людини; порядку оцінки ризиків; шкідливих та небезпечних факторів топографо-геодезичної і картографічної діяльності; змісту і

вимог нормативно-правових документів з питань охорони праці; способів і засобів захисту працівників, споживачів і майна підприємств від небезпечних чинників аварій, катастроф, стихійних лих, великих пожеж і сучасної зброї масового ураження. Вміння: оцінювати ризики виникнення у навколишньому середовищі загроз особистій безпеці та безпеці оточуючих; самостійно приймати рішення щодо запобігання ризиків неприйняттого рівня; розробляти і впроваджувати систему заходів, спрямованих на постійне зниження ризиків, збереження здоров'я працівників, їхній гармонійний розвиток; надавати першу необхідну допомогу в екстремальних ситуаціях собі або іншим потерпілим.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Фізичне виховання», «Філософія».

Зміст. Основні терміни й визначення: безпека, ризик, загроза, небезпека, надзвичайна ситуація, шкідливі і небезпечні фактори, травма, професійні захворювання. Сутність поняття техногенної, соціальної та природної небезпеки. Класифікація надзвичайних ситуацій (НС) за причинами походження, територіальним поширенням і обсягами заподіяних або очікуваних збитків. Визначення потреб у колективному та індивідуальному захисті, зокрема у захисних спорудах, засобах індивідуального захисту. Норми забезпечення, порядок зберігання й видачі засобів індивідуального захисту на об'єктах господарювання. Поняття про першу домедичну допомогу, невідкладні стани, принципи надання допомоги при невідкладних станах людини, алгоритм проведення. Нормативно-правові акти з цивільного захисту, пожежної безпеки, охорони праці. Відповідальність за порушення законодавства та нормативних актів про охорону праці. Звітність підприємств про стан охорони праці. Рамкові директиви ЄС і конвенції МОП. Навчання та перевірка знань з питань охорони праці. Порядок розслідування та обліку нещасних випадків виробничого та невиробничого характеру. Гігієнічні нормативи. Принципи гігієнічного нормування. Забезпечення електробезпеки. Захист від статичної та атмосферної електрики. Профілактика електротравматизму. Аналіз умов праці за показниками трудового процесу. Вплив важкості праці на працездатність людини і продуктивність праці. Пожежонебезпечні властивості матеріалів і речовин. Категорії виробничих та складських приміщень за вибуховою та пожежною небезпекою. Вогнестійкість будівельних конструкцій і матеріалів. Протипожежні перешкоди. Способи гасіння

пожеж. Вогнегасні речовини. Стационарні засоби гасіння пожежі. Первинні засоби гасіння пожежі. Алгоритм дій посадових осіб підприємств у разі пожежі. Обов'язки та відповідальність.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Березуцький В. В. Ризик орієнтований підхід в охороні праці: книга / В.В. Березуцький: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. – 108 с.
2. Безпека життєдіяльності та охорона праці : підручник / [В.В. Сокурєнко, О.М. Бандурка, С.М. Бортник та ін.]; за заг. ред. В. В. Сокурєнка ; Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків : ХНУВС, 2021. – 308 с.
3. Безпека життєдіяльності та охорона праці : підручник / В.В. Сокурєнко, О.М. Бандурка, С.М. Бортник та ін. ; за заг. ред. В.В. Сокурєнка ; Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків : ХНУВС, 2021. – 308 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, моделювання ситуацій, дискусії, технічні розрахунки).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тести, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання та викладання. Українська.

4.26. Назва. БЛОГІНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. V-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина К.О., д-р філософії з політології, доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо методики, технології та організації роботи з блогами персонального та корпоративного характеру.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Теорія зв'язків з громадськістю», «Масові комунікації», «Журналістика».

Зміст. Дисципліна «Блогінг» вивчає особливості блогерської діяльності, створення стратегічних та операційних планів роботи на блог-платформах, визначення пріоритетних напрямків розвитку блогів, аналіз конкурентного середовища, проведення досліджень аудиторії, визначення конкурентних переваг блогу, визначення основ

створення специфічного блогерського контенту. Дисципліна передбачає узагальнення та систематизацію теоретичних та практичних підходів щодо роботи з блогами для створення та підтримки особистого бренду та розвитку корпоративних комунікацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Каплунов Д. Королі соціальних мереж: книга / Д. Каплунов. – Київ : Book Chef, 2022. – 432 с.
2. Досенко А. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери: навч. посіб. / А. Досенко, І. Погребняк. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 296 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (презентація / метод кейс-стаді/ творче завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування, перевірка підготовленого творчого завдання / презентації / ситуаційні завдання/оцінка участі в груповій дискусії);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.27. Назва. ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шкуров Є.О., канд. філол. наук, доц. каф. журналістики і реклами.

Результати навчання. Формування у студентів знань особливостей галузевої журналістики та умінь застосовувати різноманітні інструменти створення журналістських матеріалів для різних сфер суспільного життя.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації», «Журналістська творчість», «Копірайтинг».

Зміст. Етичні норми та стандарти в журналістиці. Геополітика в журналістських матеріалах різних країн світу. Міжнародна журналістика, її місце у формуванні іміджу країн у світової спільноти. Економічна журналістика та її вплив на суспільні процеси розвитку країни. Роль мистецької журналістики у формуванні державотворчих засад для різних кіл громадськості. Журналістика сфери дозвілля.

Спортивна журналістика та можливості її впливу на оздоровлення нації. Військова журналістика. Можливості проведення інформаційних спец-операцій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гончарук-Чолач Т.В. Засоби масової інформації у політичному житті суспільства: навч. посіб./ Т.В. Гончарук-Чолач. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – 252 с.
2. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазараки; укл. Є.О. Кияниця. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій та інтерактивних методів навчання: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні та групові завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, творчого проекту);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.28. Назва. ДИПЛОМАТИЧНИЙ ТА ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ЕТИКЕТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Красільнікова О.В., канд. іст. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Ознайомлення з основними поняттями дипломатичного протоколу, етикету і церемоніалу, а також сукупністю специфічних норм, правил і умовностей здійснення дипломатичних взаємодій між офіційними представниками держав і міжнародних організацій та в міжнародній підприємницькій діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

Зміст. Дипломатичний протокол та етикет як засіб реалізації міжнародної діяльності; основні норми і традиції дипломатичного протоколу в діяльності дипломатичних представників; дипломатичний церемоніал; протокольне старшинство; міжнародна

ввічливість держав; протокольні аспекти проведення дипломатичних заходів; методи і засоби дипломатичної комунікації; культура дипломатичного та ділового спілкування; етикет дипломатичних прийомів; етикет гостинності; діловий етикет як складова іміджу дипломата та держслужбовця; правила поведінки поза службою; діловий імідж; дипломатичний протокол та національні особливості етикету країн світу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бистрицький Є. Комунікація і культура в глобальному світі: навч. посіб. / Є. Бистрицький, С. Пролесєв, Р. Зимовець. – Київ : Дух і Літера, 2020. – 416 с.
2. Подворна О.Г. Дипломатичний протокол та етикет: навч. посіб. Вид. 2-ге: перероб. та доп. / О.Г. Подворна. – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2020. – 218 с.
3. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет: підручник. Вид. 2-ге: перероб. та доп. / О.П. Сагайдак. – Київ: Знання, 2019. – 382 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові/тематичні); семінарські /практичні заняття; розв'язання кейсів, ситуаційних завдань, дискусії.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (проекти, опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.29. Назва. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Хрустальова В.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. економічної теорії та конкурентної політики.

Результати навчання. Формування теоретичних та системних економічних знань щодо основних концепцій, закономірностей та механізмів функціонування ринкової економіки, розвиток економічної культури та економічного мислення учасників

суспільного виробництва, здатних до підприємницької діяльності та прийняття обґрунтованих рішень на різних рівнях господарювання.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи економіки» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Предмет і метод економічної теорії. Економічна система суспільства. Відносини власності. Форми організації суспільного виробництва та їх еволюція. Капітал як економічна категорія і фактор виробництва. Ринкова економіка: суть, структура та інфраструктура. Ринковий механізм: сутність та елементи. Теорія поведінки споживача. Підприємство в ринковій економіці. Ринково-конкурентне середовище функціонування підприємства. Сутність процесу суспільного відтворення. Відтворення національного продукту і національного багатства. Сукупний попит та сукупна пропозиція. Макроекономічна нестабільність: інфляція та безробіття. Державне регулювання в умовах ринкової економіки. Закономірності розвитку світового господарства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Економічна теорія: навч. посіб. / Г. М. Пилипенко, Ю.І. Пилипенко. – Дніпро: НТУ «ДП», 2022. – 196 с.
2. Економічна теорія: підручник: у 2 ч. Ч. 1 Мікроекономіка/ В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, К.М. Ніколаєць, та ін.; за ред. В.Д. Лагутіна. 2-ге вид., доопр., перероб. – Київ: Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 396 с.
3. Економічна теорія: підручник: у 2 ч. Ч. 2 Макроекономіка/ В.Д. Лагутін, К.М. Ніколаєць, Т.А. Щербакова та ін.; за ред. В.Д. Лагутіна. 2-ге вид., доопр., перероб. – Київ: Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 328 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання із використанням інноваційних технологій. Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, аналіз ситуації, дискусії, творчі завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.30. Назва. ЕТИКА БІЗНЕСУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гусєва Н.Ю., доц., канд, істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології; Красільнікова О.В., канд, істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування знань і навичок щодо сучасної бізнес-етики; ознайомлення з основними категоріями та принципами етики, а також механізмами практичного застосування етичних знань в галузі аналізу сучасних моральних проблем; оволодіння знаннями етичних норм професійної діяльності та навичками їх використання.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

Зміст. Бізнес як соціально-етичне явище. Концептуальні засади етики бізнесу. Проблеми застосування моральних принципів у бізнес-діяльності. Етичні погляди на економічну діяльність. Основні підходи етики бізнесу до вирішення моральних проблем у підприємстві. Соціальна відповідальність бізнесу як складова етики бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність. Благодійність як прояв етичної поведінки. Корпоративне управління як засіб етичного регулювання взаємовідносин в колективі. Корпоративна культура та етичний клімат організації. Моральний кодекс бізнес-адміністрування. Етичні принципи відносин з діловими партнерами. Моральні норми та економічна конкуренція. Особливості етики управління на різних рівнях відповідальності. Діловий етикет як засіб організації професійної взаємодії. Тенденції розвитку ділового етикету. Корпоративні правила поведінки. Стиль і манери ділової людини. Етичні стандарти організації і проведення ділових комунікативних заходів. Етика та етикет у міжнародних ділових стосунках. Міжнародний діловий етикет та протокол. Етика бізнесу в умовах глобальних викликів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Weiss Joseph W. Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach. –7th edition. Berrett-Koehler Publishers, 2021. – 646 p.
2. Балджи М.Д. Етика бізнесу: навч. посіб. / М.Д. Балджи. – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. – 332 с.
3. Гусєва О.Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: навч. посіб./ О.Ю. Гусєва, О.В. Воскобоева, Т.Б. Хлевицька. – Київ : Державний університет телекомунікацій, 2020. – 222 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання класичних та сучасних методів викладання із використанням сучасних технологій: лекції (оглядові/тематичні); практичні заняття (розв'язання кейсів, ситуаційних завдань).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, творчі завдання, презентації тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.31. Назва. ІМІДЖОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Прокопчук І.І., доц., канд. політ. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування знань з основних положень теорії і практики конструювання іміджу підприємця, менеджера, організації. Розуміння значення іміджу в бізнес-середовищі та його впливу на формування репутації та престижу в ділових колах.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент».

Зміст. Іміджологія: сутність та предмет навчальної дисципліни. Соціально-психологічні засади іміджу. Іміджмейкерство. Мистецтво створення іміджу особистості. Зовнішній (габітарний) імідж. Ефективний діловий імідж. Імідж-технології у світських та ділових заходах. Корпоративний імідж.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг : навч. посіб. / В. В. Бугрим; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ : Київський університет, 2019. – 255 с.
2. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посіб. / О. В. Кубрак. – Київ: Університетська книга, 2019. – 222 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, рольові та ділові ігри, практичні вправи, творчі задачі, модерація, тренінги).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, аналітично-розрахункових та творчих задач, захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.32. Назва. ІНФОГРАФІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Брюханова Г.В., доц., канд. пед. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування знань з основних положень теорії і практики створення інфографіки.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі».

Зміст. Інфографіка (інформаційний дизайн). Види інфографіки. Порядок створення інфографіки. Правила і прийоми ефективної розробки інфографіки. Психологія сприйняття. Візуальна комунікація: слова, цифри, образи. Аналіз інформації. Організація даних. Інструменти візуалізації даних. Композиція в інфографіці. Колір як засіб виділення. Колірна навігація в інфографіці. Типографіка і інформаційній графіці. Робота зі шрифтами. Засоби впливу в інфографіці. Закони сприйняття інформації. Феномен кліпової свідомості. Сучасна шрифтова культура. Використання загальноприйнятої візуальної мови. Аналіз символів та їхній вплив на аудиторію. Етапи створення інформаційної графіки. Формулювання мети інфографіки. Збирання даних за темою. Аналітика та обробка інформації. Систематизація, групування символів, візуалізація інтерактивних потоків. Композиційні рішення та вибір кольорової схеми зображення. Технології та прийоми в інфографіці. Динамічна інфографіка.

Програмне забезпечення для створення інфографіки. Робота з векторними ілюстраціями і тривимірними об'єктами. Створення власного портфоліо та резюме.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Геллер С. Графічні стилі: Від вікторіанців до хіпстерів: книга / С. Геллер, С. Кваст. Пер. С англ. Журавльова О., Пінчук Д. – Київ, ArtHuss, 2019. – 288 с.
2. Денисенко С.М. Основи композиції і проєктної графіки: навч. посіб. / С.М.Денисенко. – Київ: НАУ, 2021. – 52 с.
3. Пічугін М. Комп'ютерна графіка: навч. посіб./ М. Пічугін, І. Канкін. – К. : Центр учбової літератури, 2019. – 346 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Проблемні лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій та активних методів навчання.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, творчі завдання, тести);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.33. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Онофрійчук І. В., доц., к.е.н., доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо методики, технології та організації інформаційної політики держави, проблем протидії інформаційним загрозам.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Основи зв'язків із громадськістю», «Масові комунікації».

Зміст. Інформаційний суверенітет та інформаційна безпека України. Інформаційні війни у сучасному світі. Інформаційні війни в політичних кампаніях. Інформаційна асиметрія та формування інформаційного простору. Інструменти впливу в інформаційному просторі. Методи боротьби в інформаційному просторі. Інструменти протидії в інформаційному просторі. Методи реструктуризації інформаційного простору. Спіндоктор. Засоби інформаційного впливу на людину. Образ ворога в інформаційній війні.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гамова І.В. Інформаційні війни: підручник / І.В. Гамова. – Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – 184 с.

2. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот: книга / Д. Кулеба. – Київ : Книголав, 2022. – 384 с.
3. Почепцов Г. Токсичний інфопростір книга / Г. Почепцов. – Київ : Vivat, 2021. – 384 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (презентація / метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, перевірка підготовленого есе / презентації / розрахунково-графічні роботи / задачі / ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.34. Назва. ІСТОРІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ніколаєць К.М., проф., д-р істор. наук, проф. каф. економічної теорії та конкурентної політики.

Результати навчання. Використання базових знань з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства; розуміння основних технології підготовки, ухвалення та реалізації управлінських рішень; уміння здійснювати пошук необхідної інформації та її аналіз із різними рівнями наукової абстракції; збереження моральних, культурних, наукових цінностей та примноження досягнень суспільства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи економіки» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Предмет і методи Історії економіки та економічної думки. Господарство первісного суспільства та періоду формування світових цивілізацій. Становлення та розвиток економічної думки Стародавнього світу. Господарство та економічна думка європейських країн у період Середньовіччя (V – XV ст.). Становлення і розвиток ринкового господарства та економічної думки (кінець XV – I пол. XVIII ст.). Промисловий переворот та його вплив

на розвиток економічної думки. Особливості розвитку ринкового господарства та основні напрями економічної думки в Україні (II пол. XIX – на поч. XX ст.). Економічна думка та розвиток господарства провідних країн світу в умовах монополізації ринкової економіки (остання третина XIX ст. – на поч. XX ст.). Світове господарство та економічна думка в роки Першої світової війни та міжвоєнний період. Вплив НТР на розвиток світового господарства (II пол. XX ст.). Світове господарство та основні напрями економічної теорії на етапі інформаційно-технологічної революції (кін. XX – на поч. XXI ст.). Господарство України та його трактування в економічній думці (1914-1991 рр.). Основні тенденції розвитку економіки України та економічної думки (90-ті рр. XX ст. – на поч. XXI ст.).

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Економічна теорія: у 2 ч. Ч.1 Мікроекономіка : підручник / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, К.М. Ніколаєць, та ін.; за ред. В.Д. Лагутіна. 2-ге вид., доопр., перероб. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 396 с.
2. Владимиров К.М. Історія економіки та економічної думки: навч. посіб./ К.М. Владимиров, Р.В. Морозов, О.Г. Морозова, Л.В. Владимірова. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. – 406 с.
3. Тарасевич В.М. Історія економічних вчень: підручник/ В.М. Тарасевич. – Київ: Центр навчальної літератури, 2019.–372 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські та практичні заняття з використанням інформаційних технологій, виконання індивідуальних завдань, презентації.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.35. Назва. ІСТОРІЯ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тесленко Н.О., доц, канд. філол. наук, доц. каф. сучасних європейських мов, зам.деканана ФМТП.

Результати навчання. Засвоєння основних історичних особливостей розвитку світового літературного процесу; ознайомлення з

особливостями, кращими надбаннями та духовними цінностями кожної з літературно-художніх епох – Античністю, Середніми віками, Відродженням, Бароко, Класицизмом, Просвітництвом і Романтизмом, літературою ХІХ й ХХ століть у всьому розмаїтті літературних жанрів та стилів; оволодіння прийомами літературно-критичного аналізу художнього твору, інтерпретація твору та визначення його місця в літературному процесі.

Зміст. Давньогрецька література. Римська література. Література епохи Середньовіччя. Література епохи Відродження. Західноєвропейська література ХVІІ-ХVІІІ століть. Зарубіжна література ХІХ століття. Зарубіжна література ХХ-початку ХХІ століть.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури ХVІІ–ХVІІІ століття. 2-ге видання: навч. посіб. / Г.Й. Давиденко, М.О. Величко. – К. : Центр учбової літератури, 2022. – 292 с.
2. Давиденко Г. Й. Історія зарубіжної літератури ХІХ – початку ХХ століття. 3-е видання : навч. посіб. / Г.Й.Давиденко, О.М. Чайка. – К. : Центр учбової літератури, 2022. – 400 с.
3. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури ХХ століття. 3-е видання: навч. посіб. / Г.Й. Давиденко, Г.М. Стрельчук, Н.І. Гричаник.– К. : Центр учбової літератури, 2022. – 504 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції, семінарські заняття, самостійна робота. Пояснювально-ілюстративні, дослідницькі, евристичні, проблемні, дискусійні, інтерактивні методи та технології викладання.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, тестування, перевірка самостійної роботи, індивідуальні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.36. Назва. ІСТОРІЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кияниця Є.О., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики і реклами.

Результати навчання. Формування системи теоретичних знань з історії реклами та зв'язків з громадськістю. Аналіз логіки історичного розвитку реклами та системи зв'язків з громадськістю та вивчення основних чинників цього розвитку.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації».

Зміст. Сутність та мета навчальної дисципліни. Передумови виникнення реклами та зв'язків з громадськістю. Протореклама. Прото PR. Реклама та зв'язки з громадськістю в Стародавньому світі. Реклама та зв'язки з громадськістю в Середньовіччі. Вплив розвитку культури в епоху Відродження на розвиток комунікаційної сфери. Розвиток реклами та PR в індустріальному суспільстві. Америка – колыска реклами та зв'язків з громадськістю Нового часу. Піонери рекламної сфери та їх здобутки. Батьки засновники зв'язків з громадськістю. Реклама та зв'язки з громадськістю на теренах України XIX –XX століття. Провідні рекламні та PR-агенції, їх виникнення та розвиток. Рекламні агентства та їх представники в країнах Сходу. Реклама та зв'язки з громадськістю радянського періоду. Розвиток української реклами XX століття. Сучасна українська реклама та зв'язки з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. / Є.В. Ромат. – Київ : Студцентр, 2024. – 384 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.37. Назва. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Губицький Л.В., доц., канд. іст. наук, проф. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування (з позиції історичного досвіду) розуміння сутності історичних перетворень, що відбуваються в сучасній Україні, а також почуття патріотизму, історично науково обґрунтованої свідомості.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія України» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Вступ. Давня історія України. Київська та Галицько-Волинська Русь. Українські землі у складі Великого Князівства Литовського та Речі Посполитої. Козацька доба в історії українського народу. Гетьманщина. Українські землі під владою Російської імперії. Українські землі в складі Австро-Угорської імперії. Україна у Першій світовій війні. Українська революція 1917 р. і діяльність Центральної Ради. Національно-визвольні сили 1918 – 1920-х рр. Гетьманат П. Скоропадського та Директорія. Україна в умовах становлення радянської влади. Україна під час Другої світової війни (1939-1945 рр.). Післявоєнна відбудова і розвиток України в 1945 – початку 1950-х років. Лібералізація політичного життя та економічні перетворення в Україні 1950-1970-х роках. Україна у період загострення кризи радянської системи. Відродження Незалежності України. Україна на етапі розбудови незалежності (1994-2004 рр.). Україна на початку XXI ст. Україна в світових процесах.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бойко О.Д. Історія України/ О.Д. Бойко: навч. посіб. – Київ : Академія, 2023. – 560 с.
2. Бойко О. Д. Новітня історія України 2014-2023 рр.: навч.посіб./ О.Д. Бойко. – Київ : Академія, 2023. – 224 с.
3. Грицак Я. Подолати минуле. Глобальна історія України: книга / Я. Грицак.– Київ: Портал, 2021. – 432 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції з використанням мультимедійних засобів; семінарські заняття з використанням новітніх інтерактивних засобів (круглі столи, конкурси, творчі вечори, олімпіади).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.38. Назва. ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування системи знань про закономірності національного історико-культурного процесу, про основні досягнення вітчизняної культури, засвоєння загальнолюдських та національних культурних цінностей, збагачення духовного світу, формування моральних і естетичних потреб та здатності зберігати і охороняти культурні здобутки України.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

Зміст. Витоки української культури. Культура Київської Русі (IX – XIV ст.). Високе середньовіччя у розвитку української культури (XIV – перша пол. XVII ст.). Розвиток романського стилю, Готики та Ренесансу в українській культурі. Українська культура доби бароко (друга пол. XVII – XVIII ст.). Культурні процеси доби становлення української модерної нації (XIX ст.). Романтична та реалістична традиції та їх особливості в українській культурі. Модерні культурні явища (1890-1921 рр.). Український авангард. Культуротворчі процеси в Україні (1922-1991 рр.). Культурні трансформації в незалежній Україні. Культура України в умовах нової соціальної реальності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Галіченко М.В. Історія української культури: навч. посіб. / М.В.Галіченко, І.Є. Поліщук. – Херсон: Поліграф, 2019. – 85 с.
2. Кордон М.В. Історія української культури: навч. посіб. для студентів ВНЗ. М-во освіти і науки, молоді та спорту України/ М.В. Кордон. – Львів: Магнолія 2016, 2019. – 335 с.
3. Сабадаш Ю.С. Історія української культури: навч.посіб. для студ. усіх спец. ОС «Бакалавр» ден. та заоч. форм навчання / Ю.С. Сабадаш, Ю.М. Нікольченко, Л.Г. Дабло ; за заг. ред. Ю.С. Сабадаш ; МОН України, Маріупольський держ. ун-т.–Київ : Ліра, 2021. – 229 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції з використанням мультимедійних засобів; семінарські заняття з використанням новітніх інтерактивних засобів (круглі столи, конкурси, творчі вечори, олімпіади).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.39. Назва. КРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. V-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина К.О., доктор філософії з політології, доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо методики, технології та організації кризових комунікацій у всіх сферах людської діяльності, в першу чергу – в бізнесі та політиці.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Теорія зв'язків із громадськістю», «Масові комунікації», «Журналістика».

Зміст. Дисципліна «Кризові комунікації» вивчає теорії антикризових комунікацій, визначає теоретичні засади комунікативних стратегій та інформаційної політики в кризових ситуаціях. Дисципліна передбачає узагальнення та систематизацію теоретичних підходів щодо сутності й типології криз на суспільному рівні, особливостей, складових кризових комунікацій і кризового управління на корпоративному та державному рівнях. В рамках дисципліни здобувачі вищої освіти можуть освоїти методи спеціального інформаційного впливу в умовах кризи, навчитись досліджувати ефективність комунікацій в умовах кризи, а також сформувати в себе навички використання методики та методології протидії інформаційним ударам в умовах кризових комунікацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Холод О. Комунікаційні технології: підручник/ О. Холод. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 211 с.
2. Кривов'язюк І. Антикризове управління підприємство: книга / І. Кривов'язюк. – Київ: Кондор, 2020. – 394 с.
3. Адізес І.К. Як подолати кризу управління: книга / І.К. Адізес. – Харків: Фабула, 2019. – 272 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (презентація / метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленого есе / презентації / ситуаційні завдання/оцінка участі в груповій дискусії);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.40. Назва. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кравченко А.А., проф., д-р філос. наук, зав.каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців національної свідомості майбутніх спеціалістів, становлення патріотично налаштованих громадян держави.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія України».

Зміст. Культурна спадщина України: зміст, засади та принципи збереження. Археологічні пам'ятки культурної спадщини України. Церковно-монастирська спадщина України. Фортеці та замки України. Міста та історико-архітектурна спадщина України. Природна та етнокультурна спадщина України. Визначні пам'ятні місця та меморіали України. Музеї та колекції України. Руйнація об'єктів культурної спадщини в результаті воєнних дій. Шляхи збереження культурної спадщини.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Культурна спадщина України: інноваційні підходи та сталий розвиток : навч. посіб. / П.В. Вербицька, І.І. Гнідик, О.М. Годованська, Ю.М. Курдина, А.З. Салюк; Національний університет «Львівська політехніка». – Львів : Львівська політехніка, 2022. – 147 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні); семінарські заняття (дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, модерація, тренінги).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування, письмові контрольні роботи, перевірка індивідуальних завдань, захист проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.41. Назва. ЛОГІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бондар Т.І, доц., канд. філос. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування і вдосконалення логічної культури мислення студентів, розвиток у них абстрактного і критичного мислення, формування логічного мислення як засобу пізнання навколишнього світу та самого себе, регулювання інтелектуальної діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

Зміст. Логіка як наука та її значення. Поняття як форма мислення. Судження та відношення між ними. Умовивід: види умовиводів та правила їх побудови. Аргументація як засіб формування переконань. Логіка наукового пізнання. Культура мислення та культура спілкування. Історичний розвиток логічного знання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Конверський А.Є. Традиційна логіка: підручник/ А.Є. Конверський.– Київ: Центр учбової літератури, 2023. – 408 с.
2. Ряшко В. Логіка: навч. посіб. – Київ: Центр учбової літератури, 2021. – 328 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, творчі задачі, тренінги).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, творчих задач, захист проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.42. Назва. МАКЕТУВАННЯ В РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Брюханова Г.В., доц., канд. пед. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності створення макетів реклами й формування вмінь та навичок реалізації авторської ідеї засобами настільних видавничих систем за допомогою сучасного апаратного та графічного забезпечення.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетингові комунікації», «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі», «Рекламний креатив».

Зміст. Макетування у рекламі як елемент проектно-художньої діяльності: технології створення, історія розвитку, сучасні тенденції макетування у рекламі. Прийоми побудови макета рекламного видання: ескізування, вибір формату, поля, модульна сітка. Робота з текстом та ілюстраціями: загальні правила набору, робота з заголовками, таблиці, обробка сканованих зображень, формати графічних файлів. Режисура та дизайн багатосторінкового ілюстрованого видання. Режисура та архітектоніка поліграфічного видання. Композиційні принципи видання. Типологічна і графічна концепція багатосторінкового видання. Композиція текстового документу. Етапи розробки і технологія друку багатосторінкового видання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Макетування і верстка: Adobe InDesign CC [Електронний ресурс]: навч. посібн: комп'ютерний практикум для студ. спеціальності 061 «Журналістика», спеціалізації «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / О. А. Головка; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 14,21 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 97 с.
2. Макетування і верстка: Quark XPress [Електронний ресурс] : навч. посібн: комп'ютерний практикум для студ. спеціальності 061 «Журналістика» / О. А. Головка, Р. Л. Тріщук ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 1,43 Мбайт). – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 49 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням

інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.43. Назва. МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бай С.І., проф., д-р екон. наук., зав. каф. менеджменту; Безус А. М., доц., канд. техн. наук, доц. каф. менеджменту; Силкіна Ю. О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту; Сичова Н. В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту; Ціпуринда В. С., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації та прийняття адекватних управлінських рішень.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Організація як об'єкт управління. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Функції менеджменту та процес управління. Планування як загальна функція менеджменту. Організування як загальна функція менеджменту. Мотивування як загальна функція менеджменту. Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту. Методи менеджменту. Управлінські рішення. Інформація та комунікації в менеджменті. Керівництво та лідерство. Відповідальність та етика в менеджменті. Відповідальність за охорону праці на підприємстві. цивільний захист на підприємстві. Результативність та ефективність менеджменту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Менеджмент : навч. посіб. / [Н. С. Краснокутська та ін.]. – Харків. Друкарня Мадрид. 2019. – 230 с.
URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/40291/5/Book_2019_Krasnokutska_Menedzhment.pdf
2. Менеджмент : підручник / С. Ю. Бірюченко, К. О. Бужимська, І. В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т. П. Остапчук. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Рута, 2021. – 856 с.
URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/8068/Менеджмент.pdf>
3. Шкільняк М.М. Менеджмент : підручник/ М.М. Шкільняк, О.Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж.Л.Крисько, І.О.Демків. – Тернопіль: ЗУНУ, 2022. – 258 с.
URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/Menedjment PD_B5_1.11.22.pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/Menedjment_PD_B5_1.11.22.pdf)

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, рольові та ділові ігри, практичні вправи).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, аналітично-розрахункових та творчих задач, захист індивідуальних та групових проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.44. Назва. МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. V-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина К.О., доктор філософії з політології, доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо методики, технології та організації роботи у сфері міжнародної журналістики.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Теорія зв'язків із громадськістю», «Масові комунікації», «Журналістика».

Зміст. Дисципліна «Міжнародна журналістика» вивчає основні поняття та терміни міжнародної журналістики, як особливої сфери людської творчості, принципів та функцій міжнародної журналістської діяльності. В рамках дисципліни студенти вивчають характеристику етико-правових засад діяльності журналістів в міжнародній сфері; знайомляться із системою іномовлення України та світу; опановують методику збору, систематизації та узагальнення міжнародної інформації при підготовці журналістських матеріалів; навчаються застосовувати різноманітні техніки написання інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних матеріалів в міжнародних жанрах.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери : навч. посіб. / А. Досенко, І. Погребняк. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 296 с.
2. Сторр В. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших: книга / В. Сторр. – Київ : Наш формат, 2022. – 224 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (презентація / метод кейс-стаді/ творче завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування, перевірка підготовленого творчого завдання / презентації / ситуаційні завдання/ оцінка участі в груповій дискусії);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.45. Назва. ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, науковий ступінь, посада. Разіцький В.Й., доц., канд. іст. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування у студентів системного, цілісного уявлення про основні закони ораторського мистецтва як

науки, спрямованої на розвиток інтелекту, та культури мовлення майбутнього фахівця.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Українська мова», «Практична стилістика української мови».

Зміст. Ораторське мистецтво як навчальна дисципліна. Теорія мовлення – методологічна основа ораторського мистецтва. Красномовство. Основи ораторської майстерності. Оратор і аудиторія. Основні правила та вимоги підготовки оратора до публічного виступу. Основи техніки мовлення. Фігури мовлення в ораторському мистецтві.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Білавич Г. Основи ораторського мистецтва : навч. посіб./ Г.Білавич. – Івано-Франківськ : Відкриття, 2020. – 211 с.
2. Спанатій Л.С. Риторика : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл./ Л.С. Спанатій. – Суми : СумДПУ, 2020. – 360 с.
3. Теслюк В. М. Основи красномовства : навч. посіб./ В.М. Теслюк. – Київ : Ліра К, 2020. – 524 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні, дуальні); семінарські та практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, творчі задачі, модерація, тренінги).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, колоквиуми, тестування, перевірка індивідуальних завдань та творчих задач, захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.46. Назва. ОСНОВИ КІБЕРБЕЗПЕКИ

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Костюк Ю.В., д-р філософії з комп'ютерних наук, старш. викл. каф. інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки.

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок з питань правильного поводження з інформацією у кіберсфері, а також формування навичок безпечної роботи із засобами комп'ютерної техніки.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформаційні технології в професійній діяльності».

Зміст. Кіберпростір і кібербезпека – головні ознаки нової інформаційної цивілізації. Національна система кібербезпеки України. Сутність та основні процедури керування кібербезпекою. Кібератаки, загрози та їх властивості. Характеристика сучасних кібератак. Дезінформація як елемент кібератак. Сценарії розвитку та методи протидії. Комп'ютерна вірусологія. Соціальна інженерія. Соціотехнічна безпека: проблемні аспекти. Безпека спілкування в кіберпросторі. Особливості економічної діяльності суб'єктів господарювання в кіберпросторі. Безпека цифрового простору суб'єктів господарювання. Безпека Інтернету-речей. Системи захисту інформації на проникнення. Основні методи забезпечення кібербезпеки суб'єкта господарювання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Даник Ю.Г. Основи кібербезпеки та кібероборони: підручник / Ю.Г. Даник, П.П. Воробієнко, В.М. Чернега. – [Видання друге, перероб. та доп.]. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2019. – 320 с.
2. Пашорін В.І. Безпека інформаційних систем: навч. посіб. / В.І. Пашорін, Ю.В. Костюк.– Київ: ДТЕУ, 2022. – 376 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична, проблемна); лабораторні заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій (традиційні, дискусія, моделювання ситуацій); самостійна робота; консультації.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.47. Назва. ПОЛІТОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Прокопчук І. І., доц., канд. політ. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування у студентів цілісної, логічної, послідовної сукупності теоретичних знань про політику як суспільне

явище і соціальний феномен, про сутність New Public Management Good Governance; роль і функції держави в політичній системі суспільства; політичні феномени і політичні цінності; базові політичні ідеології сучасності; основні політичні партії, громадські організації і рухи; новий порядок світового устрою.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство», «Філософія».

Зміст. Політика як сфера суспільного життя. Історія становлення та розвитку світової політичної думки. Політична влада та механізм її функціонування в суспільстві. Політична еліта і політичне лідерство. Політична система суспільства і політичний режим. Демократія як «ідеальна» модель світового суспільного устрою. Держава як універсальна форма організації суспільства. Соціально-етнічні спільності та етнополітика. Політичні партії, громадсько-політичні організації та рухи як суб'єкти політики. Партійні системи. Лобізм як соціально-політичне явище. Політична культура і політична соціалізація. Політична ідеологія. Політичні процеси в сучасних державах. Політичний маркетинг і політичний менеджмент. Політична глобалістика і міжнародна політика.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гелей С.Д. Політологія : навч. посіб. / С.Д. Гелей, С.М. Рутар. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 348 с.
2. Неліпа Д.В. Системний аналіз політології : підручник / Д.В. Неліпа. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 304 с.
3. Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія: підручник / П.П. Шляхтун. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 500 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); семінарські заняття (презентації, дискусії, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування з використанням комп'ютерної техніки, письмові контрольні роботи, захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.48. Назва. ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кармазінова В.Д., канд. екон. наук, старш. викл. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок застосування інструментів прямого маркетингу в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємств.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».

Зміст. Сутність, завдання та місце прямого маркетингу в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємства. Послідовність розробки та реалізації директ-маркетингового проекту на підприємстві. Інформаційне забезпечення заходів прямого маркетингу. Правила формування та ведення ефективних баз даних. Персональний продаж та мережевий маркетинг як особлива форма прямого маркетингу. Сутність та складові ефективної прямої поштової розсилки. Продаж за каталогами. Сучасні інтерактивні форми прямого маркетингу з використанням електронних технологій та мережі Інтернет.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Kaftandjiev C. Integrated Marketing Communications | C. Kaftandjiev/ - Dey Street Books; 1st edition. 2021. P. 304.
2. Маркетингові комунікації: підручник/ Н.В. Попова, А.В. Катаєва, Л.В. Базалієва, О.І. Кононов, Т.А. Муха, під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.
3. Rowles D. Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement | D. Rowles/ – Kogan Page; 2nd edition. 2019. P. 232.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); семінарські заняття (презентації, дискусії, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування з використанням комп'ютерної техніки, письмові контрольні роботи, захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.49. Назва. ПСИХОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кушніренко К.О., канд. психол. наук, доц. каф. психології, Лапченко І.А., канд. психол. наук, доц. каф. психології; Євченко І.М., канд. психол. наук, доц. каф. психології, Мостова І.В., канд. психол. наук, доц. каф. психології, Шатілова О.С., канд. психол. наук, старш. викл. каф. психології, Бойко Н.С., канд. психол. наук, асист. каф. психології.

Результати навчання. В результаті навчання студент повинен оволодіти знанням: природи психіки, принципів, методів, галузей сучасної психології; поняття та категорії психологічної науки і практики, проблеми та завдання психології на сучасному етапі; основних закономірностей функціонування та властивостей нижчих та вищих психічних пізнавальних процесів; загальної психологічної характеристики, структури і розвитку особистості; психологічних характеристик і властивостей когнітивної сфери особистості; специфіки та характеристик основних емоційних проявів, закономірностей перебігу потягів, емоцій та волі людини; взаємозв'язку емоційної, вольової сфер та темпераменту особистості; проблем особистості, загальних психологічних характеристик, структури і розвитку особистості; критеріїв психічного і фізичного здоров'я. Студент повинен уміти аналізувати індивідуально-психологічні особливості членів організацій; враховувати основні психічні, соціально-психологічні та психофізіологічні прояви особистості; здійснювати аналіз особливостей і умов професійної діяльності та враховувати їх вплив на функціональний стан і працездатність фахівця; формувати психологічні умови психічного і фізичного здоров'я; усвідомлювати та регулювати свою психічну сферу; розуміти особливості сімейного благополуччя.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Біологія» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Основні поняття та категорії психологічної науки і практики. Когнітивна сфера особистості – нижчі психічні пізнавальні процеси. Психічні утворення, властивості та емоційно – вольова сфера особистості. Психологічна характеристика темпераменту та характеру. Особистість в соціальній сфері. Психологія особистості та соціальнопсихологічні феномени особистості в групі. Вікові особливості формування самосвідомості. Психологія професійної

діяльності. Психологічні умови сімейного благополуччя. Психологічні умови психічного і фізичного здоров'я. Психологічні аспекти ментального здоров'я у воєнний і післявоєнний час.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Губенко І. Я. Основи загальної і медичної психології, психічного здоров'я та міжособистісного спілкування : підручник : 3-є видання, стереотипне/ І.Я. Губенко, О.С. Карнацька, О.Т. Шевченко. – Київ : ВСВ «Медицина», 2021. – 312 с.
2. Дуткевич Т.В. Загальна психологія: навч. посіб./ Т.В. Дуткевич. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 382 с.
3. Савчин М.В. Загальна психологія : підручник. Вид. 3-тє, стереотип/ М.В. Савчин. – Київ, ВЦ «Академія», 2020. – 344 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/проблемна); практичні заняття (тренінг /презентація/дискусія/комунікативний метод /модерація/«мозковий штурм»/ тренажерні завдання/метод кейс-стаді/робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування з використанням комп'ютерної техніки, письмові контрольні роботи, індивідуальне навчально-дослідне завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.50. Назва. ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юник І. Д., доц., д-р педагог. наук, проф. каф. психології.

Результати навчання. Знання і розуміння загальнотеоретичних проблем психології реклами; психологічних аспектів комунікації між рекламістами та споживачами; психологічних особливостей застосування різних видів реклами і рекламної діяльності; ролі мотиваційних установок та стереотипів у рекламній практиці; особливостей психологічного впливу рекламної продукції на формування рекламних образів. Уміння й навички застосовувати знання у дослідженні мотивації споживача; визначенні

психологічного типу споживача і його споживацьких мотивів; доцільному застосуванні в рекламних продуктах прийомів та технік психологічного впливу. Формування суджень щодо антиципації психологічних наслідків впливу рекламного продукту у певному соціокультурному просторі; оцінки психологічної ефективності та безпеки рекламного продукту; організації рекламної діяльності з використанням надбань сугестивного підходу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Концептуально-теоретичні основи психології реклами. Психологічна характеристика видів реклами. Психологія мотивації у рекламі. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів. Рационально-емоційна ефективність рекламної комунікації. Релевантність і автентичність рекламного образу. Психолінгвістичні основи реклами. Психологія вербальної та невербальної комунікації в рекламній діяльності. Психологія самопрезентації фахівця в рекламному дискурсі. Психологічні основи сегментування цільової аудиторії рекламної кампанії. Психотехнології позитивізації іміджу і репутації об'єкта рекламування. Психологічні детермінанти бренд-орієнтованої рекламної діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Оверчук В. А. Психологія рекламних комунікацій : підручник/ В. А. Оверчук. – Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. – 380 с.
2. Психологія реклами : навч. посіб. / уклад. Н. Л. Шеленкова. – Умань : Візаві, 2020. – 258 с.
3. Клименко І.В. Психологічні основи Public Relations : навч. посіб./ І.В. Клименко. – Київ : ЦП Компринт, 2023. – 222 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (проблемні, тематичні, оглядові, лекції-дискусії, лекції-конференції, лекції-візуалізації, лекції із заздалегідь запланованими помилками); практичні заняття (моделювання професійних ситуацій, тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, оцінка доповідей студентів тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.51. Назва. ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юник І. Д., доц., д-р педагог. наук, проф. каф. психології.

Результати навчання. Вміння майбутніх працівників торгівлі визначати власний психологічний потенціал і використовувати ефективні методи та засоби його реалізації.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Психологія».

Зміст. Концептуально-теоретичні основи психології торгівлі. Екстринсивна та інтринсивна мотивація в торгівлі. Сенсорні механізми у психології торгівлі. Ціннісні орієнтири в уявному проектуванні техніко-тактичної програми торговельної діяльності. Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі. Психологічні основи неймінгу. Характеристика психологічних якостей фахівця торговельної сфери. Комунікативний простір торговельної діяльності. Візуальна психодіагностика покупців. Професійна етика в торговельній діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби:

1. Калениченко Р.А. Психологія бізнесу: навч. посіб. / Р.А. Калениченко, А.С. Коханець, О.О. Нежинська. – Ірпінь: Державний податковий університет, 2023. – 270 с.
2. Мілютіна К. Л. Психологія сучасного бізнесу : навч. посіб. / К.Л. Мілютіна, А. Ю. Трофімов. – Київ : Ліра-К, 2021. – 168 с.
3. Caldwell L. The Psychology of Price: How to use price to increase demand, profit and customer satisfaction. London : Hodder, 2022. 248 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (проблемні, тематичні, оглядові, лекції-дискусії, лекції-конференції, лекції-візуалізації, лекції із заздальгідь запланованими помилками); практичні заняття (моделювання професійних ситуацій, тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, оцінка доповідей студентів тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.52. Назва. СВІТОВА КУЛЬТУРА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Боровська Л.О., доц., канд. філос. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування системи знань про світовий культурний процес, засвоєння загальнолюдських культурних цінностей, формування моральних та естетичних потреб особистості.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

Зміст. Виникнення культури та мистецтва в первісному суспільстві. Культура і мистецтво Стародавнього Світу. Антична культура та мистецтво. Арабська культура та мистецтво. Середньовічна культура. Культура та мистецтво доби Відродження. Західноєвропейська культура та мистецтво XVII-XVIII ст. Західноєвропейська культура та мистецтво XIX ст. Провідні тенденції та особливості розвитку світової та вітчизняної культури XX – початку XXI століття.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Історія світової культури: навч. посіб. /Л.Т. Левчук. – Київ: Центр навчальної літератури, 2021. – 400 с.
2. Культурологія: теорія та історія культури: навч. посіб. / С. Буравченко, І. Тюрменко, Є. Коб, П. Рудик. – Київ: Центр навчальної літератури, 2019. – 368 с.
3. Культурологія: курс лекцій: навч. посіб. / Ю.С. Сабодаш, Ю.М. Нікольченко, Л.Г. Дабло, О.С. Манякіна. – Київ: Ліра, 2021. – 216 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції, семінарські, практичні заняття.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, колоквиуми, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.53. Назва. СОЦІАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бондар Т.І., доц., канд.філос. наук, проф. каф. філософії, соціології та політології; Ліпін М. В., доц., д-р філос. наук, проф. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування системи знань про: зміст основних категорій і понять дисципліни; практичне значення застосування основних положень соціального лідерства для управлінської діяльності; основні теоретичні напрямки вивчення феномену лідерства; типологію типів та стилів соціального лідерства; основні соціально-культурні детермінанти формування соціального лідерства; специфічні риси соціального лідерства в економіці, політиці та освіті.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

Зміст. Сутність соціального лідерства та його місце в соціально-гуманітарному дискурсі професійних компетенцій майбутнього спеціаліста. Виникнення та розвиток феномену «лідерство». Передумови виникнення лідерства стародавньому світі. Розвиток філософських поглядів на соціальне лідерство в ХХ ст. Соціальна природа лідерства. Соціальне лідерство як визначальна умова існування та розвитку людини і суспільства. Типи соціальних зв'язків. Людина як суспільна істота. Відчужені форми соціальних зв'язків. Аксиологічні основи соціального лідерства. Етичні орієнтири соціального лідерства. Антропологічні виміри лідерства. Спільнота як простір розвитку особистості. Соціальні суперечності в діяльності колективів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Емоційний інтелект лідера: книга / Д. Гоулман, Р. Бояціс, Е. Маккі; пер. з англ. В. Глінка. – Київ: Наш Формат, 2019. – 288 с.
2. Нестуля О.О. Основи лідерства: електронний посібник для магістрів освітньої програми «Педагогіка вищої школи» галузі знань 01 освіта/педагогіка спеціальності 011 освітні, педагогічні науки/ О. О. Нестуля, С. І. Нестуля, Н.В. Кононец. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 232 с.
3. Освітнє лідерство : від теорії до практики: монографія / авт. кол.; за наук. ред. В. Р. Міляєвої; Київський університет імені Бориса Грінченка [Електронне видання]. – Київ ; Кривий Ріг : Вид. Р. А. Козлов, 2021. – 296 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням

інноваційних технологій: лекції (оглядові, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); семінарські заняття (презентації, дискусії, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування з використанням комп'ютерної техніки, письмові контрольні роботи, захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.54. Назва. СОЦІОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Єнін М.Н., доц., канд. соціол. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології; Горпинич О.В., доц., канд. філос. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології; Крохмаль Н.В., доц., канд. філос. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології; Шуст Н.Б., проф., д-р соціол. наук, проф. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування у студентів системи соціологічних знань і на цій основі самостійне та критичне осмислення соціального життя сучасної України та активна участь у розв'язанні соціальних проблем українського суспільства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство», «Філософія».

Зміст. Соціологія як наука. Виникнення соціології в XIX столітті. Сучасна соціологія Заходу. Соціальна теорія людини. Особистість у структурі соціуму. Соціальна система суспільства. Соціальна структура суспільства. Соціальна організація суспільства. Соціальний процес. Соціальне управління. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії. Методологія та методика соціологічних досліджень. Організація і техніка проведення соціологічних досліджень. Соціологія віртуального простору.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Волович В.І. Соціологія: навч. посіб. / В.І. Волович. – К. : ЦУЛ. 2020. – 808 с.
2. Соціологія: підручник /За редакцією В.М. Пічі. – Львів: Новий Світ-2000, 2020. –277 с.

3. Соціологія: теорії середнього рівня: навч. посіб. / за наук. ред. Ю.Ф. Пачковського [Н. В. Коваліско, Т. Д. Лапан, Н. Й. Черниш та ін.]. – Київ: Каравела, 2020. – 356 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); семінарські заняття (презентації, дискусії, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, тестування, комп'ютерне тестування, контрольні роботи, захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.55. Назва. ТАРГЕТОВНА РЕКЛАМА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. V-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцюк Д.В., доцент, канд. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи теоретичних знань та практичних навичок з налаштування та оптимізації таргетованої реклами, сегментації аудиторії, масштабування та розрахунку ефективності реклами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Реклама в інтернеті».

Зміст. Сутність, види, класифікація та характеристика соціальних мереж. Види, принципи та алгоритм роботи соціальних мереж. Місце і роль соціальних мереж в системі маркетингових комунікацій. Особливості планування, запуску та оцінки ефективності реклами в соціальних мережах: Meta, TikTok, YouTube, X, LinkedIn. Налаштування веб-трекерів відстеження подій і конверсій. Дистрибуція та візуалізація даних рекламних кампаній.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Виноградова О.В. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посібн. / О.В.Виноградова, Н.М. Недопако. – Київ : ДУТ, 2022. – 202 с.
2. Робота із соціальними мережами: посібник з питань використання соціальних мереж. – Київ: Департамент преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні, 2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.euam->

ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/ лекція-консультація); практичні / лабораторні заняття (тренінг / презентація / імітація / моделювання ситуацій/ тренажерні завдання/ робота в малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне опитування; перевірка проєктів / ситуаційних завдань тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.56. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Марчук Н.Б., доц., канд. тех. наук, доц. каф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок, компетентностей щодо формування асортименту та споживних властивостей харчових продуктів та непродовольчих товарів для створення ефективної реклами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Фізика», «Хімія» рівня повної загальної освіти.

Зміст. Стан та перспективи розвитку світового ринку товарів. Принципи класифікації харчових продуктів та непродовольчих товарів. Закономірності формування споживних властивостей різних груп харчових продуктів та непродовольчих товарів. Асортимент харчових продуктів та непродовольчих товарів. Вимоги до якості та безпечності, методи оцінки якості харчових продуктів та непродовольчих товарів. Умови зберігання і транспортування різних груп харчових продуктів та непродовольчих товарів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Товарознавство: підручник. Т. 1: Непродовольчі товари / Н.В. Мережко, О. Р. Мокроусова, Л. А. Коптюх та ін. – Київ : КНТЕУ, 2019. – 760 с.

2. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів: підручник/ І. В. Сирохман. – Харків : Світ книги, 2019. – 713 с.
3. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник/ Т.Ю. Мельник. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». 2020. – 364 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні); практичні заняття (вирішення ситуаційних завдань).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, перевірка підготовленого ситуаційного завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.57. Назва. УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА І ФОЛЬКЛОР.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тесленко Н. О., канд. філол. наук, доц. каф. сучасних європейських мов, заст.декана ФМТП.

Результати навчання. Виявлення закономірностей літературного процесу, динаміка й еволюція різних ідейно-художніх тенденцій, напрямів, стилів; ознайомлення з творчістю письменників, літературознавців, критиків кожного окремого періоду; сприяння всебічному розвитку, духовному збагаченню, активному становленню й самореалізації особистості в сучасному світі; формування і утвердження гуманістичного світогляду особистості, утвердження національних і загальнолюдських цінностей.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Українська література» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Фольклор – духовний скарб народу. Періодизація української літератури. Давня українська література. Література Київської Русі. Українська література II половини XIII-XVIII ст. (пізнє Середньовіччя, Відродження, Бароко). Нова українська література. Літературний процес перших десятиліть XIX ст. Українська література 40-60 років XIX століття. Розвиток романтизму і формування реалізму. Українська література 70-90 років XIX

століття. Літературний процес кінця XIX – початку XX ст. Відродження української літератури у 20-х роках XX ст. Літературний процес 30-х років XX ст. Українська література періоду Другої світової війни і післявоєнного десятиліття. Розвиток української літератури 60-80 років XX століття. Український поетичний авангард кінця XX ст. – поч. XXI ст. Пошуки новітньої української поезії. Сучасна українська проза і публіцистика. Розвиток сучасної драматургії та театру.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

Історія української літератури : у 12-ти т. : підручник / за заг. ред. В. Дончика; наук. ред. Л. Мороз. – Київ: Наукова думка, 2013 – 2023 рр. (Т.1-9).

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Пояснювально-ілюстративні, дослідницькі, евристичні, проблемні, дискусійні, інтерактивні методи та технології викладання.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне і фронтальне опитування, тестування, перевірка індивідуальних творчих завдань, презентацій).
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.58. Назва. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Жуковська В. М., проф., д-р екон. наук, проф. каф. менеджменту; Беляєва Н. С., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту; Миколайчук І. П., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту; Сичова Н. В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо формування та реалізації кадрової політики в сучасних організаціях, раціонального відбору працівників на посади та формування дієздатного трудового колективу, оцінювання потенціалу розвитку працівників, а також цілеспрямованого використання їхнього потенціалу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Менеджмент».

Зміст. Концептуальні основи управління персоналом. Персонал як об'єкт управління в організації. Кадрова політика та стратегія управління персоналом. Планування роботи з персоналом в організації. Структура та функції підрозділів з управління персоналом. Кадрове діловодство в організації. Набір та підбір персоналу в організації. Відбір персоналу в організації. Профорієнтація та адаптація персоналу. Формування колективу та команди в організації. Згуртованість колективу та соціальний розвиток персоналу. Оцінювання персоналу в організації. Управління мотивацією та винагородою персоналу. Управління розвитком персоналу організації. Професійне навчання персоналу. Диджитал-технології в управлінні персоналом. Соціальне партнерство в організації. Управління процесами вивільнення персоналу. Ефективність управління персоналом.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / О. В. Безпалько, А. Д. Бергер, Т. М. Березянка та ін.; за заг. ред. О. І. Драган. –Київ : МПП «ЛИНО», 2022. – 612 с. URL : <http://surl.li/qjbnz>
2. Рульєв В. А. Управління персоналом : навч. посіб./ В. А.Рульєв, С. О.Буткевич, Т. Л. Мостенська. – Київ : Кондор, 2020. – 420 с. URL : <http://surl.li/qjbrb>
3. Сочинська-Сибірцева І.М., Доренська А. О., Тушевська Т.В. HR-менеджмент : навч. посіб. / І.М.Сочинська-Сибірцева, А. О.Доренська, Т.В. Тушевська. – Кропивницький : ЦНТУ, 2022. – 278 с. URL: <http://surl.li/qjbnq>

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, тренінги, робота в малих групах, кейс-стаді, рольові та ділові ігри, практичні та ситуаційні вправи, аналітично-розрахункові та творчі задачі), застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, аналітично-розрахункових та творчих задач, захист індивідуальних та групових проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.59. Назва. ЦІЛЬОВИЙ КОМУНІКАТИВНИЙ КУРС АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шевелько К. О., доц., канд. пед. наук, доц. каф. іноземної філології та перекладу; Харитонова Д.Д., канд. філол. наук, ст. викл. каф. іноземної філології та перекладу.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студенти повинні оволодіти англomовними мовленнєвими компетентностями на рівні комунікативної достатності, які відповідають володінню іноземною мовою на рівні B2 згідно із Загальноєвропейськими рекомендаціями з мовної освіти та Програмою єдиного вступного іспиту з іноземних мов для вступу на навчання з метою здобуття ступеня магістра, застосовувати мовленнєві навички читання, письма, говоріння та аудіювання у межах різних ситуацій, відповідно до сфер спілкування і тематики, визначених програмою єдиного вступного іспиту з іноземних мов.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Іноземна мова за професійним спрямуванням».

Зміст. Оволодіння лексичними та граматичними засобами з наступних тем: Особистісна сфера. Навколишнє середовище. Освіта. Працевлаштування. Культура. Покупки. Подорожі. Спорт. Здоров'я. Наука і технології. Держава та суспільство. Дозвілля. Дім.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Сімонок В.П. Посібник для підготовки до ЄВІ з англійської мови/ В.П. Сімонок. – Харків: Право, 2021. – 235 с.
2. Murphy R. English Grammar in Use. Fourth Edition. Cambridge University Press, 2020. 399 p.
3. Weale H., Yurchenko A. Oxford Exam Trainer B2. Oxford University Press, 2020. 184 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Аудиторні практичні заняття, самостійна робота студентів. Традиційні та інноваційні методи і технології навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, парна робота, робота в малих групах, проектна методика, кейс-метод, моделювання

ситуацій, рольова гра, застосування інформаційно-комунікаційних технологій).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (фронтальне опитування, тестування, оцінювання презентацій, самостійних робіт);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Англійська.