

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

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

| | |
|-------------------------|--|
| галузь знань | С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини» |
| спеціальність | С7 «Журналістика» |
| освітня програма | «Реклама» |
| освітній ступінь | «магістр» |

3. Освітня програма

Керівник проєктної групи
(гарант освітньої програми)

д.е.н., проф. Мельникович О.М.

3.1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

| 1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ | |
|---|---|
| Повна назва ЗВО та структурного підрозділу | Державний торговельно-економічний університет Факультет торгівлі та маркетингу Кафедра журналістики та реклами |
| Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу | Другий (магістерський) рівень освіти Кваліфікація – магістр журналістики |
| Галузь знань | С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини |
| Спеціальність | С7 Журналістика |
| Назва освітньої програми | Реклама |
| Обмеження щодо форм навчання | Обмеження відсутні |
| Відповідність стандарту вищої освіти МОН України | Відповідає стандарту вищої освіти МОН України (наказ № 994 від 08.11.2022 р.) |
| Тип диплому та обсяг освітньої програми | Диплом магістра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми – 90 кредитів ЄКТС. Нормативний строк підготовки – 1 рік 4 місяці |
| Наявність акредитації | Сертифікат про акредитацію спеціальності УД11017009, дійсний до 01.07.2025, виданий акредитаційною комісією Міністерства освіти і науки України |
| Цикл, рівень вищої освіти | НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень |
| Передумови вступу на освітню програму | Освітній ступень бакалавра (6 рівень НРК) або вищий рівень |
| Мова(и) викладання | Українська, англійська |
| Термін дії освітньої програми | До затвердження нової редакції освітньо-професійної програми |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | https://knute.edu.ua |

2 – МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють професійними знаннями і практичними навичками, необхідними для ефективного вирішення завдань, пов'язаних зі створенням журналістських продуктів, проведенням журналістських розслідувань, створенням рекламних звернень та здійсненям рекламної діяльності. Рекламист досліджує прикладні соціальні комунікації, визначає рекламну стратегію в умовах конкуренції, готує пропозиції щодо рекламного просування товарів та послуг, розробляє оригінал-макети реклами та інші комунікаційні звернення, визначає місце розміщення реклами.

3 – ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Предметна область

Об'єкт вивчення та/або діяльності: закономірності функціонування журналістики у різних її виявах, видах, формах, технологіях та сферах використання (власне журналістика, видавнича діяльність, редагування, медіакомунікації, медіапродюсування, реклама, зв'язки з громадськістю тощо) у ретроспективній, поточній та перспективній площинах.

Цілі навчання: набуття здатності розв'язувати завдання дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики.

Теоретичний зміст предметної області: комунікаційні процеси в суспільстві (власне журналістська, видавнича, рекламна та ін. діяльність) та їх репрезентація у широкому спектрі медіапродуктів; типологія, структура і соціальні функції сучасних комунікаційних технологій; медіа у системі соціального управління та самоорганізації суспільства; медіавпливи на масову свідомість на глобальному, регіональному та локальному рівнях.

Методи, методики та технології: збір, оброблення й аналіз/перевірка фактичної інформації, типологізація та класифікація досліджуваних об'єктів; контент-аналіз медіапродуктів; моніторинг відображення суспільних процесів у системі медіа; методики діагностики, експертизи та прогнозування; комунікаційні технології; сучасні цифрові технології.

Інструменти та обладнання: сучасна комп'ютерна техніка та мультимедійне обладнання, інформаційні, бібліотечні ресурси та спеціальне програмне забезпечення, що застосовується для оброблення та візуалізації даних у різних сферах журналістської діяльності.

Орієнтація освітньої програми

Освітньо-професійна, прикладна, дослідницька

Основний фокус освітньої програми

Формування фахових компетентностей, необхідних для створення та управління медіаінституціями, менеджменту рекламної діяльності підприємств, дослідження прикладних соціальних комунікацій, розробки

медіапродуктів та застосування інноваційно-комунікаційних технологій у сфері журналістики та реклами.

Ключові слова: медіакомунікації, медіапродукт, реклама, рекламні цифрові технології

Особливості програми

Освітня програма забезпечує уміння розв'язувати завдання у сфері журналістики, зокрема рекламного та медіаменеджмента, створення медіапродукту, застосування рекламних цифрових технологій, вивчення рекламного впливу на свідомість та поведінку реципієнтів за рахунок практичної підготовки в медіастудії та на підприємствах всіх видів.

4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ

Придатність до працевлаштування

Випускники даної освітньо-професійної програми можуть працевлаштовуватися на підприємствах, установах та організаціях.

Згідно з Державним класифікатором професій ДК 003:2010 із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 року №259:

1210 Керівники підприємств, установ та організацій

1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю

1238 Керівники проєктів та програм

2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності

2451 Журналіст, письменник, редактор, редактор з рекламування фільмів, редактор науковий, редактор художній, оглядач, кореспондент, кореспондент спеціальний, диктор відповідальний, член редакції, ведучий програми.

Подальше навчання

Право продовжити навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих

5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Викладання та навчання

Збалансоване поєднання аудиторних занять (лекції-дискусії, семінарські заняття, практичні заняття у формі рольових ігор, кейсів, групових проєктів, самостійна робота з інформаційними джерелами, консультації викладачів), дистанційного навчання та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого, інтерактивного навчання та самонавчання.

Оцінювання

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів у ДТЕУ» та передбачає проведення таких контрольних заходів: поточний та підсумковий контролю, атестація.

Поточний контроль проводиться на практичному/лабораторному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань лабораторних/практичних робіт.

Підсумковий контроль – контрольні заходи, що передбачають встановлення відповідності (вимірювання, оцінювання) здобутих особою результатів навчання вимогам освітньої програми у частині відповідного освітнього компонента, що здійснюється в університеті у формі заліку та екзамену.

Результати навчання студентів у ДТЕУ оцінюються за 100- баловою шкалою, де: 60-100 балів – результати навчання, що дають студенту право здобути кредити ЄКТС; 0-59 балів – незадовільні результати навчання, що не дають студенту право здобути кредити ЄКТС.

6 – ПРОГРАМНІ КОМПОНЕНТИ

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати завдання дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики

Загальні компетентності (ЗК)

| | |
|------|---|
| ЗК01 | Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. |
| ЗК02 | Здатність планувати час та управляти ним. |
| ЗК03 | Здатність генерувати нові ідеї (креативність). |
| ЗК04 | Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово. |
| ЗК05 | Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. |
| ЗК06 | Здатність приймати обґрунтовані рішення. |
| ЗК07 | Здатність розробляти проєкти та управляти ними. |
| ЗК08 | Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. |
| ЗК09 | Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. |

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

| | |
|------|---|
| СК01 | Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики. |
| СК02 | Здатність критично осмислювати проблеми у сфері |

| | |
|--|---|
| | журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми. |
| СК03 | Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики. |
| СК04 | Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів. |
| СК05 | Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються. |
| СК06 | Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні завдання журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності. |
| СК07 | Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди. |
| 7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ | |
| РН01 | Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог. |
| РН02 | Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики. |
| РН03 | Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження. |
| РН04 | Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації. |
| РН05 | Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. |
| РН06 | Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності. |
| РН07 | Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. |
| РН08 | Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. |
| РН09 | Проводити порівняльний аналіз законодавчої бази та діяльності окремих медіаінституцій України та країн Європейського Союзу. |
| РН10 | Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з |

| | |
|------|--|
| | організацією нових медіаустанов та інституцій. |
| РН11 | Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство. |
| РН12 | Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів |
| РН13 | Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей. |

8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ

Кадрове забезпечення

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Реалізацію освітньо-професійної програми «Реклама» здійснюють науково-педагогічні працівники з науковим ступенем та/або вченим званням, які відповідають вимогам чинного законодавства України, мають достатній рівень наукової і професійної кваліфікації. До освітнього процесу також залучаються фахівці-практики.

Всі науково-педагогічні працівники кожні п'ять років проходять стажування / підвищення кваліфікації.

Матеріально-технічне забезпечення

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Для зручності здобувачів вищої освіти функціонують корпоративна система дистанційного навчання та автоматизована система управління освітнім процесом «МІА: Освіта». В університеті обладнані сучасні комп'ютерні класи зі спеціалізованим програмним забезпеченням, працює Smart-бібліотека, є лабораторія реклами та медіатехнологій. Створенні всі умови для навчання осіб з інвалідністю. Наявна соціально-побутова інфраструктура ДТЕУ.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення

Для кожної освітньої програми в університеті розробляється Інформаційний пакет ЄКТС.

Кожен студент через особистий кабінет АСУ «МІА: Освіта» може переглянути та сформулювати власний індивідуальний план, переглянути навчальний план, здобути бали за дисциплінами, розклад занять та комунікувати з учасниками освітнього процесу.

Програми, робочі програми, силабуси дисциплін та критерії оцінювання за освітніми компонентами розміщені на корпоративній платформі дистанційного навчання.

В електронному репозитарію університету розміщено повнотекстовий доступ до наукової та навчальної літератури ДТЕУ, рукописи кваліфікаційних робіт та дисертацій на здобуття наукових ступенів.

Для зручності здобувачів вищої освіти в університеті розроблений Каталог навчальних дисциплін, відповідно якого студенти мають право обирати вибіркові освітні компоненти.

9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ

Національна кредитна мобільність

Національна кредитна мобільність здійснюється в межах укладених меморандумів про співпрацю між ДТЕУ та іншими закладами вищої освіти (наукових установах) України відповідно до законодавства.

Міжнародна кредитна мобільність

Університетом укладені договори про співробітництво між ДТЕУ та іноземними закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів за Міжнародними програмами і проектами в рамках програми Еразмус+.

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти

Здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства.

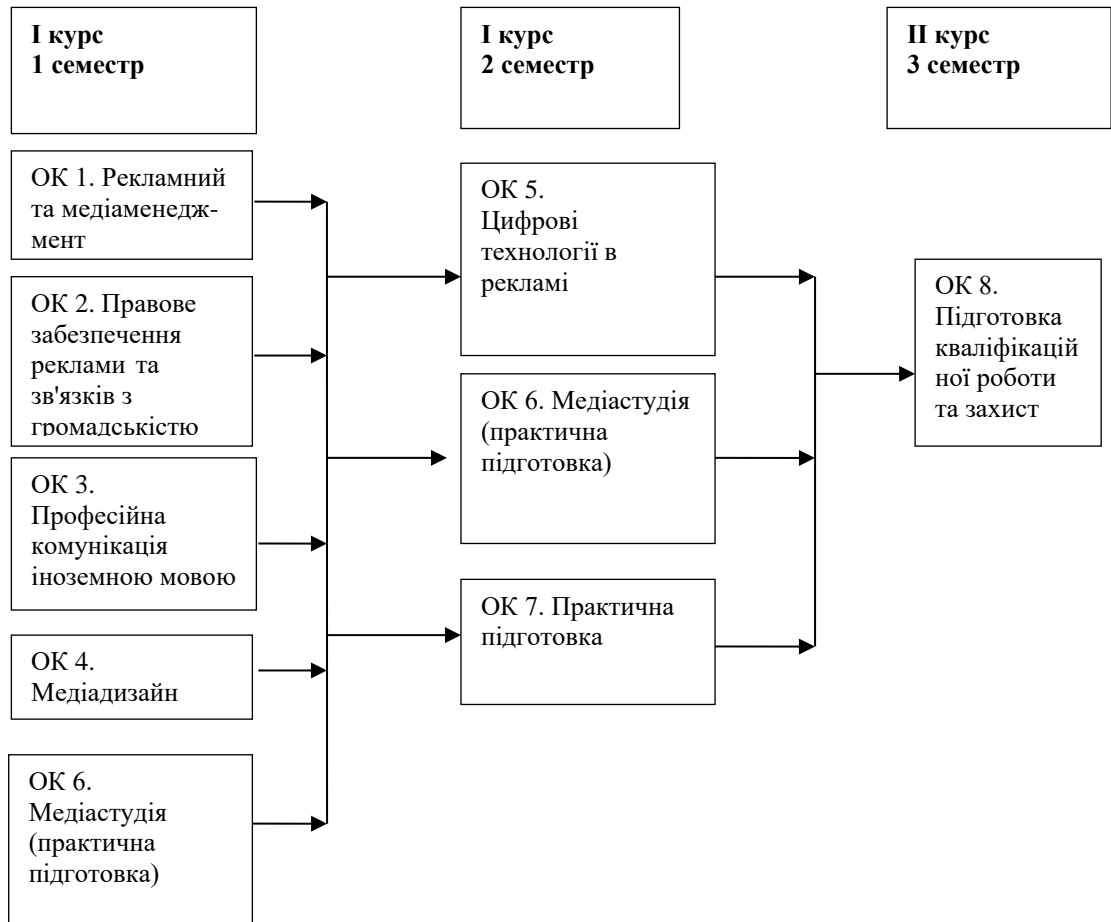
3.2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

3.2.1. Перелік компонент освітньої програми

| Код | Освітні компоненти програми | Кредити ЄКТС | Форми контролю |
|---|--|-----------------|-------------------|
| Обов'язкові дисципліни ОП | | | |
| ОК 1 | Рекламний та медіаменеджмент / Advertising and mediamanagement | 6 | Екзамен |
| ОК 2 | Правове забезпечення реклами та зв'язків з громадськістю / Legal support of advertising and public relations | 6 | Екзамен |
| ОК 3 | Професійна комунікація іноземною мовою / Foreign language professional communication | 6 | Екзамен |
| ОК 4 | Медіадизайн / Mediadesign | 6 | Екзамен |
| ОК 5 | Цифрові технології в рекламі / Digital technologies in advertising | 6 | Екзамен |
| ОК 6 | Медіастудія (практична підготовка) | 15 | Залік |
| ОК 7 | Практична підготовка | 9 | Залік |
| ОК 8 | Підготовка кваліфікаційної роботи та захист | 12 | Захист |
| Загальний обсяг обов'язкових компонент | | 66 | |
| Вибіркові компоненти ОП | | | |
| ВК 1 | Освітній компонент 1 | 6 | Екзамен |
| ВК 2 | Освітній компонент 2 | 6 | Екзамен |
| ВК 3 | Освітній компонент 3 | 6 | Екзамен |
| ВК 4 | Освітній компонент 4 | 6 | Екзамен |
| Загальний обсяг вибірових компонент | | 24 | |
| ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ | | 90 | |

Здобувачі вищої освіти обирають вибіркові навчальні дисципліни через особистий кабінет порталу «МІА: Освіта». Опис навчальних дисциплін та їх пререквізити представлені в Каталозі навчальних дисциплін ДТЕУ.

3.2.2. Структурно-логічна схема ОП



3.3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики.

Кваліфікаційна робота на освітньо-професійній програмі може бути двох типів – дослідницька (наукова) робота або практичний проєкт.

Кваліфікаційна робота не має містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його підрозділу.

**3.4. Матриця відповідності програмних компетентностей
обов'язковим компонентам освітньої програми**

| Компоненти / Компетентності | ОК 1 | ОК 2 | ОК 3 | ОК 4 | ОК 5 | ОК 6 | ОК 7 | ОК 8 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ЗК01 | + | + | | + | + | + | + | + |
| ЗК02 | + | | | + | + | + | + | + |
| ЗК03 | + | + | | + | + | + | + | + |
| ЗК04 | + | + | + | + | | + | + | + |
| ЗК05 | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК06 | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК07 | + | + | | + | + | + | + | + |
| ЗК08 | + | | | + | + | + | + | + |
| ЗК09 | + | + | | + | + | + | + | + |
| СК01 | + | + | | + | + | + | + | + |
| СК02 | + | + | + | + | | + | + | + |
| СК03 | + | + | + | + | + | + | + | + |
| СК04 | + | | + | | + | + | + | + |
| СК05 | + | + | | + | + | + | + | + |
| СК06 | + | + | | + | + | + | + | + |
| СК07 | + | | | | + | + | + | + |

**3.5. 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 |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| РН01 | | + | | + | + | + | + | + |
| РН02 | | | | + | + | + | + | + |
| РН03 | + | | | + | | + | + | + |
| РН04 | + | | + | | | + | + | + |
| РН05 | | | | + | + | + | + | + |
| РН06 | + | | | | | + | + | + |
| РН07 | + | | | | | + | + | + |
| РН08 | + | | | | | + | + | + |
| РН09 | | + | | | | + | + | + |
| РН10 | + | | | + | | + | + | + |
| РН11 | | + | | | | + | + | + |
| РН12 | + | | | | | + | + | + |
| РН13 | + | | | | + | + | + | + |

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ВИБІРКОВИХ КОМПОНЕНТІВ

| Код | Освітні компоненти | Кредити ЄКТС |
|--------------|--|-------------------------|
| ВК 1. | Audio & Video Production | 6 |
| ВК 2. | Бренд-менеджмент / Brand-management | 6 |
| ВК 3. | Галузева реклама / Branch Advertising | 6 |
| ВК 4. | Журналістська творчість / Journalistic work | 6 |
| ВК 5. | Інформаційні війни / Information Wars | 6 |
| ВК 6. | Фотожурналістика та фотографіка / Photojournalism and photographs | 6 |

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)

4.1. Назва. РЕКЛАМНИЙ ТА МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

Лектор, науковий ступінь, посада. Мельникович О.М., проф., д.е.н., проф. каф. журналістики та реклами; Федоришина К.О., доктор філософії, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів сучасної системи поглядів, спеціальних знань та вмінь у галузі рекламного та медіаменеджменту, набуття практичних навичок діяльності, які дали б можливість використовувати методологію та інструментарій управління у сфері реклами та створення і розвитку медіа.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правове забезпечення реклами та зв'язків із громадськістю».

Зміст. Сутність рекламного менеджменту. Предмет, об'єкт та суб'єкт управління у підприємствах-рекламодавцях та комунікаційних агенціях. Організаційні структури управління рекламою у різноманітних підприємствах. Інформаційне забезпечення роботи рекламної служби підприємства та комунікаційного агентства. Особливості проведення рекламної кампанії власними силами підприємства та спеціалізованою агенцією. Етапи співпраці з рекламною агенцією. Участь підприємств у рекламних тендерах. Результативність управління рекламою і PR-діяльністю, її зв'язок з показниками загальної результативності роботи підприємства. Сутність медіаменеджменту. Особливості створення медіа. Розвиток медіа, його структура, управління процесами. Стратегія розвитку медіа. Редакційна політика. Конкурентне середовище в сфері медіа. Медіаринок та його структура. Маркетинг в медіа-бізнесі. Особливості позиціонування в медіа-бізнесі. Управління традиційними та інновативними ЗМІ. Діджитал у сфері медіа-бізнесу. Бізнес-моделювання на медіаринку. Етика роботи в медіа-бізнесі. Особливості підбору персоналу для роботи в сфері медіа. Фінансова схема медіа-бізнесу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>
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. Лекція 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 (усне та письмове опитування; тестування, перевірка ситуаційних завдань, підготовленого проекту та оцінка його презентації, перевірка та обговорення підготовленого дайджесту, презентації);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.2. Назва. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

Лектор, науковий ступінь, посада. Микитенко Л.А., доц., канд. юрид. наук, доц. каф. міжнародного, цивільного та комерційного права.

Результати навчання. Формування навичок щодо застосування правових засобів, механізмів регулювання реклами та рекламної діяльності, визначення підстав притягнення до юридичної відповідальності за порушення рекламного законодавства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство».

Зміст. Нормативно-правове регулювання реклами і тенденції її розвитку. Нормативно-правові вимоги до ідентифікації реклами. Загальна класифікація реклами в залежності від засобів поширення та рекламування деяких видів товару. Спеціальні законодавчі вимоги до правового регулювання: соціальної реклами, політичної реклами та спонсорства в рекламі. Правова характеристика договору на створення та розповсюдження реклами. Захист авторських прав у правовідносинах, які виникають у зв'язку з рекламою. Нормативно-правове регулювання недобросовісної реклами та правова оцінка видів (проявів) недобросовісної реклами. Особливості правового регулювання реклами в залежності від засобів її розповсюдження (поширення). Законодавчі вимоги до рекламування деяких видів товарів. Спеціальні законодавчі вимоги до реклами: азартних ігор, організаторів азартних ігор; зброї; у сфері фінансових послуг; послуг із працевлаштування; фінансових інструментів, ринків капіталу та організованих товарних ринків; об'єктів будівництва, будівель, приміщень; дитячого харчування. Компетенція та повноваження державних органів щодо дотримання рекламного законодавства. Юридична відповідальність за порушення законодавства

про рекламу. Правові засади захисту інформації при здійсненні зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Господарське право (Загальна частина) : підручник. За ред. В.С. Щербини, В.В. Рєзнікової. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. – 448 с.
2. Харитонова *О.І.* Право інтелектуальної власності: підручник / О.І. Харитонова, Є.О. Харитонов, Т.С. Ківалова, В.С. Дмитришин, О.О. Кулініч, Л.Д. Романадзе та ін. за заг. ред. О. І. Харитонової. 3-тє вид. стереотип. – Київ: Юрінком Інтер, 2023. – 540 с.
3. Мічурін Є.О. Цивільне право. Загальна частина : навч. посіб. для підгот. до іспитів та заліків / Є.О. Мічурін. – Вид. 2-ге, перероб. та допов. – Харків : Право, 2022. – 234 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тонконог І.В., доц., канд. пед. наук, доц. каф. іноземної філології та перекладу; Кушмар Л.В., доц., канд. філол. наук, доц. кафедри іноземної філології та перекладу.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студенти зможуть: успішно здійснювати комунікацію у різних професійних ситуаціях; брати участь у ділових бесідах, переговорах, дискусіях, обговореннях; виступати на зборах та семінарах у межах професійної сфери або підтримувати бесіди спонтанного характеру; планувати, структурувати, формулювати та публічно представляти англійською мовою монологічне висловлювання, використовуючи відповідні вербальні та невербальні засоби комунікації; створювати ефективні презентації іноземною мовою та представляти їх публічно; розуміти особливості міжкультурного спілкування, адекватно інтерпретувати вербальну і невербальну поведінку представників різних культур, діяти

належним чином у культурному розмаїтті професійних та академічних ситуацій.

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

Зміст. Cultural Diversity and Socializing. Building Cross-cultural Business Relationship. Business, Culture and Entertainment. Telephone Communication in Business. Making a Telephone Call. Cross-cultural Communication on the Telephone Problem-solving on the Telephone. Presentations. Presentation Technique and Preparation. Image, Impact and Making an Impression The Middle of the Presentation. Questions and Discussion. Meetings. Making Meetings Effective. Decision-making Meeting. Ending the Meeting. Negotiations. Types of Negotiation. Bargaining and Making Concessions. Dealing with Conflicts, Rejecting.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Власенко Л. В. Курс англійської мови з дизайну = English for Students in Design : навч. посіб. / Л. В. Власенко, В. В. Мірочник, А. М. Титаренко. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. – 624 с.
2. Дубініна О.В. Граматика англійської мови = English Grammar : навч. посіб. / О.В. Дубініна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 288 с.
3. Нікіфорова В.Г. Граматика англійської мови = Grammar Overview : навч. посіб. [для студ. закл. вищ. освіти] / В. Г. Нікіфорова. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. – 292 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Аудиторна навчальна діяльність (практичні заняття), самостійна навчальна діяльність студентів. Використання традиційних та інноваційних методів і технологій навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, робота в міні-групах, моделювання ситуацій, рольова гра, інформаційно-комунікаційні технології).

Методи оцінювання.

– поточний контроль (опитування, тестування, оцінювання презентацій, контрольні роботи);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Англійська.

4.4. Назва. МЕДІАДИЗАЙН.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

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

Результати навчання. Формування у студентів розуміння генезису творчої креативної концепції медіадизайну у сучасному комунікаційному середовищі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі», «Рекламні технології», «Фотографіка та фотожурналістика».

Зміст. Сутність та значення медіадизайну як процесу створення сучасного комунікаційного середовища. Медіаграфіка як інструмент формування візуального простору. Айдентика та корпоративний дизайн у медіапросторі. Кольоровий простір та місце кольору в ієрархії пріоритетів медіадизайну інтерфейсів. Шрифт як компонент сучасної медіакультури. Типографіка в медіадизайні. Медіадизайн в інтерактивному середовищі. Використання мультимедійних лоGRIDів при створенні медіаплатформи. Сторітейлінг як інструмент візуалізації ідеї у медіадизайні. Види скетчингу. Медіаграфіка як актуальний формат візуалізації медіапродукту. Створення власного медіапродукту з використанням медіаграфічних елементів. Орнаментальна графіка в медіапросторі. Сильові практики та їх відображення в сучасному медіадизайні. Аудиторія нових медіа: особливості візуального залучення.

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. Файвішенко Д. С. Медіадизайн : підручник / Д. С. Файвішенко. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. – 240 с.

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

Методи оцінювання:

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

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.5. Назва. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. II.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок створення AR-об'єктів, 3D-об'єктів цифрової реклами.

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

Зміст. Види цифрових технологій. Використання можливостей інтернету, мобільних та інших цифрових технологій для вирішення завдань реклами. Доповнена та віртуальна реальність. Гейміфікація та AR. Маркерна, безмаркерна та проєкційна доповнена реальність. Доповнена реальність, що базується на візуальній інерціальній одометрії (VIO). Сфери використання доповненої реальності. Ключові особливості web-AR технології. Створення цифрового 3D-візуалізації та AR-контенту засобами Spark AR, Effect House, та Blender. Штучний інтелект, поняття та визначення. Використання штучного інтелекту. Prompt та генерація рекламного контенту. Автоматична генерація контенту. Інтеграція із соціальними мережами. Характеристика ChatGPT, Midjourney, Synthesia, Durable, Overdub, Compose AI та ін. системи ШІ в рекламі.

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/ лабораторні заняття (презентація/ імітація/ моделювання ситуацій/ тренажерні завдання/ робота в малих групах/індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне опитування; перевірка підготовленої презентації/ ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. Назва. AUDIO & VIDEO PRODUCTION.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування можливостей логічного кадрування екранної дії та монтажу екранного зображення за певними принципами; прищеплення навичок відбору та поєднання зображення та звуку за певними драматургічними та технологічними принципами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістська творчість», «Копірайтинг», «Рекламний креатив».

Зміст. Терміносистема дисципліни та її елементи. Основні складові виробництва аудіо-та відео продукту (PreProduction; Production; PostProduction). Основи драматургії. Драматургічні жанри. Драматургічна структура. Основи сценарної майстерності. Основні засади створення сценарію. Вбудовування форм та образів в синопсис (розкадровку, логлайн, трітмент). Технології створення різних жанрових форм аудіо-відео контенту. Основи режисерської майстерності. Специфіка режисерської творчості, особливості рекламної режисури. Принципи обрання світла, звуку, анімації (мультиплікації). Основи монтажу, його види та принципи створення. Основні засади розміщення аудіо та відео продукту (хронометраж, об'єм, канали комунікацій). Документаційний супровід створення та розповсюдження аудіо-відео продукту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Коппола Ф. Живе кіно і техніка його виробництва: книга / Френсіс Ф. Коппола : пер. О. Тільна. – Київ : Фабула, 2021. – 208 с.
2. Пічкур О. Теорія і практика композиції: книга / О. Пічкур. – Київ : Ліра-К, 2022. – 238 с
3. Телерадіожурналістика: стандарти, методи, технології (за матеріалами медіаплатформи «Campus Radio Ukraine / Студент-TV»): навч. посібн. / ред.-упоряд., загал. ред. В.В.Гоян, О.Я. Гоян. – Київ : Інститут журналістики, 2020. – 192 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, ситуаційні завдання (аналіз відео, зйомка відео); case-study; континуум (оцінка ставлень та суджень з аргументацією та мотивацією власної позиції); тріади (обговорення проблеми двійками при наявності третього спостерігача, який забезпечує зворотній зв'язок).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (підготовка домашніх робіт у вигляді аналізу існуючих аудіо-відео-продуктів, обґрунтування власно створених

аудіо-відео-продуктів), тестування (on-line), вирішення ситуаційних завдань під час ділових ігор;
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. Назва. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

Лектор, науковий ступінь, посада. Янковець Т.М., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу.

Результати навчання. Вивчення дисципліни дозволяє студентам набути навички самостійно проводити аналіз маркетингового середовища бренду; розробляти та приймати управлінські рішення щодо створення, просування та розвитку бренда, а також здійснювати контроль ефективності системи бренд-менеджменту.

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

Зміст. Бренд-менеджмент в управлінні розвитком торговельних марок. Капітал бренду як концептуальна модель. Управління брендингом на підприємстві. Стратегічний аналіз бренду. Бренд-платформа. Система ідентичності бренду. Внутрішній (корпоративний) бренд-менеджмент. Інтегровані маркетингові бренд-комунікації. Управління архітектурою бренду. Організація бренд-менеджменту на підприємстві. Бренд-стратегії підприємства. Управління розвитком бренду. Фінансова оцінка вартості бренду. Бренд-менеджмент територій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Keller, K., Swaminathan, V. (2019). Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity. 5th Global Edition. Pearson. 624 p.
2. Райт, К. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі: книга/ К. Райт. - К : Вид-во: Vivat, 2023. - 304 с.
3. Роулз Д. Цифровий брендинг: книга// Пер. з англ. / Д. Роулз. – К. : Фабула, 2020.- 256 с.

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого есе, презентації, проекту, ситуаційні завдання, захист проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. ГАЛУЗЕВА РЕКЛАМА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лісун Я.В., доц., докт. екон. наук, доц. каф. журналістики та реклами; Кияниця Є.О., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Застосовування набутих загальнонаукових та фундаментальних знань для розв'язання практичних завдань у сфері реклами.

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

Зміст. Еволюція рекламної діяльності. Сучасні тренди в рекламуванні товарів та послуг. Класифікація реклами за різними ознаками. Моделювання рекламних процесів для підприємств, що функціонують у різних сферах суспільного життя. Рекламне звернення як елемент рекламної комунікації. Ефективні рекламні технології для підприємств b to b сектору. Специфіка зв'язків з громадськістю для b to c сектору. Рекламна діяльність та рекламні технології в сфері торгівлі. Організація рекламування послуг у фінансовому секторі. Реклама підприємств та послуг соціокультурної сфери. Реклама в сфері шоу-бізнесу. Особливості політичної реклами. Особливості соціальної реклами. Рекламний інструментарій – ефективний для використання в усіх сферах суспільного життя.

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. 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.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Традиційні та інтерактивні методи навчання, такі як: «мозковий штурм»; case-study; континуум (оцінка ставлень та суджень з аргументацією та мотивацією власної позиції); «криголами» (вправи для поліпшення психологічного клімату в групі, підвищення самооцінки, розвитку емпатії); дебати (захист протилежних поглядів, розвиток уміння відстоювати свою позицію з повагою до опонента); тріади (обговорення проблеми

двійками при наявності третього спостерігача, який забезпечує зворотній зв'язок).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування (підготовка презентацій та доповідей), тестування (on-line), вирішення ситуаційних завдань під час ділових ігор);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. ЖУРНАЛІСТСЬКА ТВОРЧИСТЬ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування у студентів комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо основних принципів, методів і прийомів створення журналістських творів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістика», «Копірайтинг», «Основи редагування», «Журналістика цифрових медіа».

Зміст. Журналістський твір і фактори впливу на процес його створення. Поняття журналістського твору. Творчість спілкування. Факт, новина, подія у дійсності та журналістському творі. Жанри у практичній журналістиці. Жанроутворювальні ознаки. Правила складання питань. Форми та зміст журналістського твору. Прийоми побудови змісту. Сюжет і композиція як елементи форми. Літературні, образні та авторські компоненти журналістського твору. Автор – читач: проблеми взаємодії. Функції авторського «я». Написання журналістського твору як робочий процес. Загальні правила роботи над журналістським твором. Характер колективної творчості.

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. Mark Deuze and Tamara Witschge Beyond Journalism/ Deuze and Tamara Mark. – Cambridge: Polity Press, 2020. – 148 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. НАЗВА. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Добродум О.В., проф., д. філос. н., проф. 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. – К. : 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. – К. : Книголав, 2022. – 384 с.
3. Почепцов Г. Токсичний інфопростір: книга / Г. Почепцов. – К. : 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.

4.11. Назва. ФОТОЖУРНАЛІСТИКА ТА ФОТОГРАФІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лежнев О.О, доц., канд. мистецтвознавства, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності фотожурналістики та процесу фотографії, теоретичних основ щодо образотворчих засобів і засобів вираження фотожурналістики; проблематики фоторепортажу, особливості роботи фотографа в електронних ЗМІ та блогах; практичних навичок щодо технічної складової фотографічного оснащення та основи його роботи, основ рекламної та студійної фотографії, застосування мультимедійних технологій в сучасній фотожурналістиці.

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

Зміст. Історія фотографії від дагеротипії до цифрового формату. Фотожурналістика в сучасних ЗМІ. Більд-редагування у дизайні ЗМІ. Жанри фотожурналістики: типологічні ознаки, особливості образотворчих і виразних засобів. Фотографічні жанри і їх використання у фотожурналістиці. Виразні засоби фотографії та принципи фотокомпозиції. Види зйомки. Технічна база сучасної цифрової фотографії. Фотографування предметів з близької відстані, макрозйомка. Студійна зйомка. Репортажна зйомка. Технічне оснащення для швидкісної зйомки репортажного фото. Особливості зйомки жанрових сцен. Тварини у природному середовищі. Виставкова фотографія. Рекламна фотозйомка. Створення рекламного фотоплакату.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Файвішенко Д. С. Медіадизайн : підручник / Д. С. Файвішенко. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. – 240 с.
2. Цифрова фотографія. Комп'ютерний практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія»/ КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Я.В. Зоренко, Р.А. Хохлова, О.А. Зленко. – Електронні текстові дані (1 файл: 2,9 Мбайт). – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 92 с.

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

(презентація/ виконання зйомки та 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.

ЗМІСТ

Вступ

1. Загальна інформація про університет

- 1.1. Назва та адреса
- 1.2. Опис закладу (тип і статус)
- 1.3. Адміністрація університету
- 1.4. Академічний календар
- 1.5. Перелік освітніх програм
- 1.6. Вимоги щодо умов прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації
- 1.7. Кредитна мобільність та попереднє навчання (неформальне та інформальне)
- 1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка)
- 1.9. Механізми академічного управління

2. Загальна інформація для студентів

- 2.1. Відділ обліку студентів
- 2.2. Умови проживання
- 2.3. Харчування
- 2.4. Вартість проживання
- 2.5. Фінансова підтримка для студентів
 - 2.5.1. Стипендіальне забезпечення студентів
 - 2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках
 - 2.5.3. Фінансове забезпечення студентів з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування
- 2.6. Медичні послуги
- 2.7. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами
- 2.8. Навчальне обладнання
- 2.9. Бібліотека
- 2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами
- 2.11. Заклади вищої освіти-партнери університету
- 2.12. Програми англійською мовою викладання
- 2.13. Мовні курси
- 2.14. Можливості для практичної підготовки
- 2.15. Дуальна форма освіти
- 2.16. Умови для творчого розвитку, занять спортом і відпочинку
- 2.17. Студентські організації

3. Освітня програма

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)