КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник декана
Факультет соціології
«31» серпня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ, PR ТА ІМІДЖМЕЙКІНГУ

для студентів

галузь знань	02 «Культура і мистецтво»
спеціальність	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
освітній рівень	бакалавр
освітня програма	Комунікації та управління культурними індустріями (з обов'язковим вивчення двох іноземних мов)
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2024/2025
Семестр	3-4
Кількість кредитів ECTS	8
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік, іспит

Викладачі: Андрій НЄВАЛОВ, Алла БАШУК, Валерій ІВАНОВ

Пролонговано: на 2025/2026 н.р. _____ (Червінська) «__» 08 2025 р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2024

Розробник: **Андрій НЄВАЛОВ**, кандидат економічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій

ЗАТВЕРДЖЕНО
Завідувач кафедри соціальних комунікацій
_____ Володимир РІЗУІІ
(підпис)
Протокол № 1 від «28» серпня 2024 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики
Протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.
Голова науково-методичної комісії _____ Людмила ПОНОМАРЕНКО

Погоджено з науково-методичною комісією факультету соціології
Протокол № 7 від «31» серпня 2024 року
Голова науково-методичної комісії _____ Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

Мета дисципліни

Сформувати у студентів міждисциплінарні знання та практичні навички, необхідні для ефективного управління комунікаційними процесами в соціокультурній сфері.

Дисципліна спрямована на розвиток умінь і професійних компетентностей, що дозволяють:

- реалізовувати PR-стратегії та іміджеві кампанії;
- створювати й популяризувати культурні продукти;
- здійснювати публічну комунікацію з урахуванням плюралізму думок;
- організовувати професійні мережі, адвокаційні ініціативи та міжнародну співпрацю;
- застосовувати цифрові технології для просування культурних проєктів;
- ефективно взаємодіяти з різними аудиторіями, зокрема міжнародними партнерами;
- планувати та координувати соціокультурні проєкти й події.

Попередні вимоги

Для успішного опанування дисципліни студент має володіти базовими знаннями та навичками, що забезпечують:

- розуміння суспільства та культури як комунікативних систем
- орієнтацію в поняттях соціальної комунікації, публічності, культурної діяльності
- володіння державною мовою на рівні, достатньому для академічної участі
- навички самоорганізації, тайм-менеджменту та командної роботи
- здатність до конструктивного діалогу та міжособистісної взаємодії
- інтерес до соціокультурних процесів і ролі комунікації в їхньому розвитку
- базове уявлення про цифрове середовище як інструмент комунікації

Анотація дисципліни

Дисципліна охоплює основи соціальної комунікації, PR та іміджмейкінгу, а також цифрові інструменти, що використовуються у сфері культури. Студенти опановують створення іміджу організацій і подій, роботу з аудиторіями, медіа, соціальними мережами, етичні принципи публічної комунікації, міжкультурну взаємодію, адвокацію та кризове реагування.

Практичні заняття включають розробку комунікаційних стратегій, створення іміджевих матеріалів і моделювання професійних ситуацій. Підготовка спрямована на формування компетентностей, необхідних для роботи у сфері комунікацій і культурного менеджменту.

Завдання (навчальні цілі)

Навчальна дисципліна спрямована на формування у студентів системного уявлення про соціальні комунікації, PR та іміджмейкінг як ключові інструменти управління культурними процесами. Вона забезпечує розвиток професійних навичок, необхідних для реалізації комунікаційних стратегій, створення іміджевих продуктів, ефективної взаємодії з аудиторіями та просування культурних ініціатив у локальному та міжнародному контексті.

Знати:

- основні теорії та моделі соціальної комунікації;
- поняття, функції та типи PR у сфері культури та мистецтва;
- принципи побудови іміджу особи, організації, бренду;
- етапи розробки та реалізації комунікаційної стратегії;
- етичні та правові аспекти публічної комунікації;
- сучасні інформаційні та цифрові технології, що використовуються в PR та іміджмейкінгу;
- основи міжкультурної комунікації та міжнародної культурної співпраці;
- специфіку комунікації в мистецьких і творчих індустріях;
- роль комунікаційного менеджера у просуванні культурних продуктів;

• механізми формування професійних мереж, адвокації та лобіювання інтересів у сфері культури.

Вміти:

• аналізувати комунікаційні процеси та медіаповідомлення в соціокультурному контексті;
• розробляти PR-кампанії для культурних проєктів, організацій, митців;
• створювати іміджеві матеріали (тексти, візуальні продукти, відео) відповідно до цільової аудиторії;
• адаптувати комунікаційні стратегії до різних культурних контекстів;
• організовувати комунікаційний супровід мистецьких подій, виставок, фестивалів;
• взаємодіяти з різними професійними суб'єктами та міжнародними партнерами;
• використовувати цифрові платформи та соціальні мережі для популяризації культурних продуктів;
• вести публічні виступи, презентації, інтерв'ю з урахуванням іміджевої стратегії;
• вирішувати конфліктні ситуації у професійній комунікації;
• планувати та організовувати власну професійну діяльність у межах комунікаційних проєктів.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК2. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

Фахові компетентності (ФК)

ФК22. Вміння використовувати адекватний професійний інструментарій для розробки та оперативного управління соціокультурними проектами.

ФК28. Здатність здійснювати ефективні комунікації та розв'язувати конфліктні ситуації у професійній діяльності.

ФК34. Здатність створювати соціокультурні послуги

ФК36. Здатність популяризувати культурні продукти та поширювати інформацію соціокультурного змісту, використовуючи сучасні інформаційні та комунікативні технології

ФК39. Здатність оцінювати та враховувати плюралізм і різноманіття думок і ефективно спілкуватися із різними аудиторіями.

5. Результати навчання змістовної частини дисципліни:

3 семестр

Код	Результат навчання (1 - знати; 2 - вміти; 3 - комунікація; 4 - автономність та відповідальність)	Форми / методи навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій	Відсоток у підсумковій оцінці
1.1	Знати основні теорії та моделі соціальних комунікацій	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Тестування, усне опитування, контрольна робота	10%
1.2	Знати поняття, функції та типи PR у сфері культури та мистецтва	Лекція, практичне заняття, кейс-аналіз	Тестування, аналіз ситуацій	10%
1.3	Знати етичні та правові аспекти публічної комунікації	Лекція, практичне заняття, дискусія	Тестування, письмова робота	10%
1.4	Знати принципи побудови іміджу особи, організації, бренду	Лекція, практичне заняття, аналіз кейсів	Тестування, усне опитування	10%
2.1	Вміти аналізувати комунікаційні процеси та медіаповідомлення в соціокультурному контексті	Практичне заняття, робота з кейсами, групова дискусія	Письмова робота, аналіз кейсу	10%
2.2	Вміти створювати базові іміджеві матеріали відповідно до цільової аудиторії	Практичне заняття, тренінг, самостійна робота	Презентація, оцінка за критеріями	10%
2.3	Вміти використовувати цифрові платформи та	Робота з SMM,	Практичне завдання,	10%

	соціальні мережі для популяризації культурних продуктів	створення контенту, аналіз соцмереж	оцінка ефективності	
3.1	Вміти спілкуватися державною мовою в межах публічної комунікації	Дискусія, рольова гра, презентація	Усна презентація, оцінка мовної грамотності	10%
3.2	Вміти адаптувати комунікацію до різних аудиторій	Вправи з адаптації повідомлень, аналіз цільових груп	Письмова робота, кейс-аналіз	10%
4.1	Вміти планувати та організовувати власну професійну діяльність у межах комунікаційного проєкту	Самостійна робота, тайм-менеджмент вправи	Самооцінка, журнал виконання завдань	10%
Разом за 3 семестр				**100%**

4 семестр

Код	Результат навчання (1 - знати; 2 - вміти; 3 - комунікація; 4 - автономність та відповідальність)	Форми / методи навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій	Відсоток у підсумковій оцінці
1.5	Знати етапи розробки та реалізації комунікаційної стратегії	Лекція, порівняльний аналіз, самостійна робота	Письмова робота, контрольна	15%
1.6	Знати специфіку комунікації в мистецьких і творчих індустріях	Лекція, кейс-аналіз, самостійна робота	Тестування, письмова робота	15%
1.7	Знати основи міжкультурної комунікації та міжнародної культурної співпраці	Лекція, практичне заняття, аналіз прикладів	Тестування, презентація кейсу	10%
2.4	Вміти розробляти PR-кампанії для культурних проєктів, організацій, митців	Проєктна робота, стратегічне планування, групова презентація	Захист PR-проєкту, оцінка за критеріями	10%
2.5	Вміти організовувати комунікаційний супровід мистецьких подій, виставок, фестивалів	Моделювання подій, сценарне планування, симуляції	Практичне завдання, оцінка ефективності	10%
2.6	Вміти створювати адвокаційні кампанії та професійні мережі	Стратегічне моделювання, робота з інтересами аудиторій	Письмова стратегія, оцінка за критеріями	10%
2.7	Вміти вирішувати конфліктні ситуації у професійній комунікації	Тренінги, моделювання кризових ситуацій, дебати	Аналіз кейсу, усна аргументація	10%
3.3	Вміти взаємодіяти з міжнародними партнерами у сфері соціальних комунікацій	Рольові ігри, кейси міжнародної співпраці, міжкультурні симуляції	Презентація кейсу, peer-review	10%
4.2	Вміти діяти автономно в межах комунікаційного проєкту	Індивідуальні завдання, рефлексивні вправи, тайм-менеджмент	Самооцінка, журнал виконання завдань	10%
Разом за 4 семестр				**100%**

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із загальними, фаховими компетентностями та програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни→ / Компетентності / ПРН ↓	**1.1**	**1.2**	**1.3**	**1.4**	**1.5**	**1.6**	**1.7**	**2.1**	**2.2**	**2.3**	**2.4**	**2.5**	**2.6**	**2.7**	**3.1**	**3.2**	**3.3**	**4.1**	**4.2**
ПРН2. Збирати та впорядковувати інформацію.	+			+	+			+							+				
ПРН3. Організовувати професійний час.					+					+	+	+		+				+	+
ПРН15. Вміти встановлювати діалог з різними професійними суб'єктами та групами.				+		+		+	+		+	+				+	+		
ПРН16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.	+	+	+			+	+		+				+	+					
ПРН17. Формувати професійні мережі, адвокації та лобіювати інтереси проекта/сектора (галузі).			+	+	+		+				+	+	+					+	+
ПРН24. Володіти навичками комунікаційних технологій.			+							+					+		+		

7. Схема формування оцінки

Загальний принцип оцінювання

Дисципліна "Теорія та практика соціальних комунікацій, PR та іміджмейкінгу" оцінюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання:

- теоретична підготовка (40% від загальної оцінки, результати навчання типу "знати") — оцінює знання теорій, понять, принципів та етичних аспектів комунікації;
- практична підготовка (60% від загальної оцінки, результати типу "вміти", "комунікація", "автономність та відповідальність") — оцінює вміння застосовувати знання в практичних ситуаціях, створювати продукти, взаємодіяти з аудиторіями та управляти проєктами.

Максимальна оцінка за дисципліну (в межах семестру) — 100 балів. Оцінювання спрямоване на формування компетентностей, визначених у розділі 4 документа (ЗК2, ЗК4, ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ФК39, ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24), таких як створення соціокультурних продуктів, ефективна комунікація, планування часу та вирішення конфліктів.

Розподіл балів

3-й семестр

- поточне оцінювання: 100 балів (40 балів — теоретична підготовка: коди 1.1–1.4; 60 балів — практична підготовка: коди 2.1–2.3, 3.1–3.2, 4.1);

- підсумковий контроль: залік, який виставляється на основі накопичених балів без окремого екзаменаційного компонента;
- мінімальні пороги: 60 балів (24 за теорію; 36 за практику);
- приклад завдань:

○ теорія: письмова аналітична робота з теми "Теорії соціальних комунікацій" (1.1, тема 1); тестування з PR у культурі (1.2, тема 2); презентація кейсу з іміджмейкінгу (1.4, тема 4);

○ практика: розробка базового медіапродукту (2.2, тема 6); створення контенту для соціальних мереж (2.3, тема 7); ведення журналу виконання завдань (4.1, тема 10).

4-й семестр

- поточне оцінювання: 60 балів (24 бали — теоретична підготовка: коди 1.5–1.7; 36 балів — практична підготовка: коди 2.4–2.7, 3.3, 4.2);
- підсумкове оцінювання: іспит (40 балів), що включає теоретичний блок (20 балів, коди 1.5–1.7) та практичний блок (20 балів, коди 2.4–2.7, 3.3, 4.2);
- мінімальні пороги: 36 балів за поточне оцінювання (14 за теорію; 22 за практику) + 24 бали за іспит (12 за теорію; 12 за практику);
- приклад завдань:

○ теорія: аналітична робота з порівняння моделей комунікаційної стратегії (1.5, тема 11); кейс-аналіз комунікації в мистецьких індустріях (1.6, тема 12);

○ практика: розробка PR-кампанії з міжнародною участю (2.4, тема 14); письмова адвокаційна стратегія (2.6, тема 16); презентація міжнародного кейсу (3.3, тема 18).

Моделі оцінювання

1. **Бальна модель (основна)**:

○ кожен результат навчання оцінюється за чіткими критеріями (наприклад, структура, термінологія, глибина аналізу, оформлення);

○ рівні оцінки:

▪ відмінно (90–100%): повне виконання завдання, глибокий аналіз, чітка аргументація, відповідність цілям дисципліни;

▪ добре (75–89%): виконання з незначними недоліками, часткова аргументація;

▪ задовільно (60–74%): базовий рівень виконання, мінімальна відповідність вимогам;

○ приклад: для результату 1.1 (3-й семестр) письмова робота оцінюється за структурою (4 бали), термінологією (3 бали), прикладами (3 бали).

2. **Національна шкала оцінювання (альтернативна)**:

○ оцінки: "5" (відмінно); "4" (добре); "3" (задовільно); "2" (незадовільно, включаючи пропуски занять);

○ переведення в бали:

▪ 3-й семестр: середня оцінка × 20 (наприклад, середня 4.5 = 90 балів);

▪ 4-й семестр: середня оцінка × 12 (наприклад, середня 4.5 = 54 бали за поточне оцінювання);

○ підсумковою є бальна модель.

Умови успішного завершення

- **Обов'язкові вимоги**:
  - виконання всіх аудиторних і самостійних завдань, визначених у тематичних блоках (тематичні частини 1–2 для 3-го семестру; тематичні частини 3–4 для 4-го);
  - відсутність систематичних пропусків занять (пропуск без поважної причини — оцінка "2" або мінімальний бал);
  - набір мінімальних балів за теоретичну та практичну підготовку;
- **Зв'язок із компетентностями**:

- теоретичні результати (1.1–1.7) відповідають ЗК4 (комунікація державною мовою), ФК34 (створення соціокультурних послуг), ПРН2 (збір інформації);
- практичні результати (2.1–2.7, 3.1–3.3, 4.1–4.2) відповідають ЗК2 (тайм-менеджмент), ФК22 (управління проєктами), ФК28 (вирішення конфліктів), ПРН17 (адвокація);

- **Приклади завдань**:
  - 3-й семестр: аналіз медіаповідомлення (тема 5); створення іміджевого матеріалу (тема 6);
  - 4-й семестр: стратегія PR-кампанії (тема 14); вирішення конфлікту (тема 17).

Поточне оцінювання (3 семестр) — максимум 100 балів

Теоретична підготовка — максимум 40 балів

Код	Результат навчання	Тип	Максимум	Мінімум
1.1	Знати основні теорії та моделі соціальних комунікацій	Знання	10 б.	6 б.
1.2	Знати поняття, функції та типи PR у сфері культури та мистецтва	Знання	10 б.	6 б.
1.3	Знати етичні та правові аспекти публічної комунікації	Знання	10 б.	6 б.
1.4	Знати принципи побудови іміджу особи, організації, бренду	Знання	10 б.	6 б.
Разом за теоретичну підготовку			**40 б.**	**24 б.**

Практична підготовка — максимум 60 балів

Код	Результат навчання	Тип	Максимум	Мінімум
2.1	Вміти аналізувати комунікаційні процеси та медіаповідомлення	Вміння	10 б.	6 б.
2.2	Вміти створювати базові іміджеві матеріали	Вміння	10 б.	6 б.
2.3	Вміти використовувати цифрові платформи та соціальні мережі	Вміння	10 б.	6 б.
3.1	Вміти спілкуватися державною мовою в межах публічної комунікації	Комунікація	10 б.	6 б.
3.2	Вміти адаптувати комунікацію до різних аудиторій	Комунікація	10 б.	6 б.
4.1	Вміти планувати та організовувати власну професійну діяльність	Автономність	10 б.	6 б.
Разом за практичну підготовку			**60 б.**	**36 б.**

Підсумкова оцінка:

- **Максимум**: 100 балів;
- **Мінімум для отримання заліку**: 60 балів.

4 семестр

Поточне оцінювання (4 семестр) — максимум 60 балів

Теоретична підготовка — максимум 24 балів

Код	Результат навчання	Тип	Максимум	Мінімум
1.5	Знати етапи розробки та реалізації комунікаційної стратегії	Знання	10 б.	6 б.
1.6	Знати специфіку комунікації в мистецьких і творчих індустріях	Знання	8 б.	5 б.
1.7	Знати основи міжкультурної комунікації та міжнародної культурної співпраці	Знання	6 б.	3 б.
Разом за теоретичну підготовку			**24 б.**	**14 б**

Практична підготовка — максимум 36 балів

Код	Результат навчання	Тип	Максимум	Мінімум
2.4	Вміти розробляти PR-кампанії для культурних проєктів	Вміння	10 б.	6 б.
2.5	Вміти організовувати комунікаційний супровід мистецьких подій	Вміння	6 б.	3 б.
2.6	Вміти створювати адвокаційні кампанії та професійні мережі	Вміння	6 б.	3 б.
2.7	Вміти вирішувати конфліктні ситуації у професійній комунікації	Вміння	6 б.	3 б.
3.3	Вміти взаємодіяти з міжнародними партнерами у сфері соціальних комунікацій	Комунікація	5 б.	3 б.
4.2	Вміти діяти автономно в межах комунікаційного проєкту	Автономність	3 б.	2 б.
Разом за поточне оцінювання			**36 б.**	**22 б.**

Підсумкове оцінювання — максимум 40 балів (іспит)

Компоненти іспиту	Максимум	Мінімум
Теоретичний блок (1.5–1.7)	20 б.	12 б.
Практичний блок (2.4–2.7, 3.3, 4.2)	20 б.	12 б.
Разом за іспит	**40 б.**	**24 б.**

Компенсаторні механізми

Компенсаторні механізми застосовуються як виняток лише за наявності поважних причин (наприклад, хвороба, сімейні обставини), підтверджених документально (медична довідка, заява тощо). Вони не є стандартною процедурою і не призначені для компенсації недостатньої підготовки чи пропусків занять без обґрунтування. Рішення про допуск до компенсаторного завдання приймає деканат на підставі заяви студента та рекомендації завідуючого кафедри. Якщо студент не набрав рекомендованого мінімуму балів за поточне оцінювання (60 балів для 3-го семестру або 36 балів для 4-го), він не допускається до підсумкового контролю (заліку чи іспиту) автоматично. У такому разі студент може звернутися до деканату для отримання дозволу на виконання компенсаторного завдання. Усі попередні семестрові бали анулюються, і оцінка формується виключно на основі компенсаторного завдання та підсумкового контролю. Підсумкова оцінка не може перевищувати 89 балів. Перескладання заліку (3-й семестр) або іспиту (4-й семестр) відбувається перед комісією (не менше 3 осіб, включаючи завідуючого кафедри та представників кафедри). Студенти не повинні розглядати компенсаторні завдання як спосіб "переписати" оцінки за власним бажанням; їх мета — надати можливість виправити ситуацію за об’єктивних обставин.

- **3-й семестр**:

○ **Компенсаторне завдання**: письмова комплексна робота (теоретичний блок — максимум 24 бали; практичний — максимум 50 балів; загалом не більше 74 балів). Завдання охоплює ключові результати семестру (наприклад, аналіз теорій комунікації, створення іміджевого матеріалу) і захищається перед комісією;

○ **Підсумковий контроль**: залік (максимум 15 балів), який виставляється після успішного виконання компенсаторного завдання;

○ **Максимальна підсумкова оцінка**: 89 балів (74 за компенсаторне + 15 за залік);

○ **Процедура**: анулювання поточних балів; виконання завдання в терміни, визначені деканатом (зазвичай 1–2 тижні); захист перед комісією з фіксацією в протоколі.

- **4-й семестр**:

○ **Компенсаторне завдання**: письмова робота з елементами захисту (теоретичний блок — максимум 15 балів; практичний — максимум 15 балів; комунікаційно-рефлексивний — максимум 9 балів; захист — максимум 10 балів; загалом не більше 49 балів). Завдання охоплює стратегічні аспекти (наприклад, розробка PR-кампанії, міжкультурний кейс) і захищається перед комісією;

○ **Підсумковий контроль**: стандартний іспит (максимум 40 балів), який складається після компенсаторного завдання;

○ **Максимальна підсумкова оцінка**: 89 балів (49 за компенсаторне + 40 за іспит);

○ **Процедура**: анулювання поточних балів; виконання завдання в терміни, визначені деканатом; захист перед комісією з фіксацією в протоколі; складання іспиту в загальному порядку.

У разі невиконання компенсаторного завдання або незадовільного результату студент не отримує заліку/іспиту, і дисципліна вважається не складеною. Рекомендується своєчасно звертатися до деканату для уникнення таких ситуацій, оскільки компенсаторний механізм не є гарантією успіху та застосовується лише в обґрунтованих випадках.

Відмінності між семестрами

- **3-й семестр**:

○ оцінка формується виключно через поточне оцінювання (100 балів);

- залік як підсумковий контроль, без окремого іспиту;
- рівномірний розподіл балів (10 балів за кожен результат навчання);
- фокус на базові знання (теорії, PR, етика, імідж) та початкові практичні навички (аналіз медіа, створення контенту, комунікація державною мовою);

- **4-й семестр**:
  - оцінка ділиться між поточним оцінюванням (60 балів) та іспитом (40 балів), що підвищує вагу підсумкового контролю;
  - нерівномірний розподіл балів (3–10 балів за результат навчання);
  - фокус на поглиблені знання (стратегії, міжкультурна комунікація) та складніші практичні завдання (PR-кампанії з міжнародною участю, адвокація, вирішення конфліктів).

Додаткові уточнення

- **Технічні вимоги**: студенти повинні мати доступ до цифрових платформ та технічні засоби (на практичних заняттях), а також використовувати державну мову в усіх письмових і усних завданнях;
- **Оцінювання, тестування та презентації**: оцінки за результати навчання студент отримує під час аудиторних занять; презентації захищаються групово або індивідуально з оцінкою за критеріями (наприклад, точність, глибина, ефективність);
- **Рефлексія та автономність**: ведення журналу виконання завдань (4.1, 4.2) є обов'язковим (та своєчасним завантаженням виконаних завдань у гугл. клас) і оцінює ЗК2 (тайм-менеджмент) та ПРН3 (організація часу).

Ця схема забезпечує прозоре оцінювання, відповідає цілям дисципліни та сприяє формуванню професійних компетентностей для роботи в соціокультурній сфері.

7.1. Форми оцінювання

7.1.1. Семестрове поточне оцінювання

7.1.1.1. Семестрове поточне оцінювання у 3 семестрі. Семестрове поточне оцінювання становить максимум 100 балів: 40 балів за теоретичну підготовку (мінімум 24 бали) та 60 балів за практичну підготовку (мінімум 36 балів).

Теоретична підготовка у 3 семестрі (максимум 40 балів; мінімум 24 бали)

Код	Результат навчання	Засоби перевірки (інструменти та види контролю)	Формат інструменту	Критерії оцінювання (бальна модель, національна шкала)	Максимум балів	Мінімум балів	Компетентності
1.1	Знати основні теорії та моделі соціальних комунікацій	Письмова контрольна робота; есе; письмове тестування; усне опитування.	Контрольна робота/есе: 2–3 сторінки, аналіз моделі (наприклад, Шеннона-Уівера); тестування: 10–15 запитань (множинний вибір, відкриті відповіді); усне опитування: 2–3 запитання	Структура (4 б.); терміни (3 б.); приклади (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ЗК4 (спілкування державною мовою); ФК39 (врахування плюралізму думок); ПРН2 (збір інформації).

			на практичному занятті.				
1.2	Знати поняття, функції та типи PR у сфері культури та мистецтва	Письмове/електронне тестування; кейс-аналіз.	Тестування: 10–15 запитань (множинний вибір, короткі відповіді); кейс-аналіз: письмовий аналіз ситуації PR-кампанії (1–2 сторінки).	Точність відповідей (5 б.); застосування понять (5 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ЗК4 (спілкування державною мовою); ФК28 (ефективні комунікації); ФК34 (створення соціокультурних послуг).
1.3	Знати етичні та правові аспекти публічної комунікації	Письмова аналітична робота; письмове тестування.	Аналітична робота: 2–3 сторінки, аналіз етичної чи правової ситуації; тестування: 10 запитань (множинний вибір).	Етичні норми (4 б.); юридична аргументація (3 б.); приклади (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ЗК4 (спілкування державною мовою); ФК28 (розв'язування конфліктів).
1.4	Знати принципи побудови іміджу особи, організації, бренду	Презентація кейсу; усне опитування.	Презентація: 5–7 хвилин, 8–12 слайдів, аналіз іміджу організації; усне опитування: 2–3 запитання на практичному занятті.	Зміст (4 б.); оформлення (3 б.); аргументація (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6.	10	6	ФК34 (створення соціокультурних послуг); ФК36 (популяризація продуктів).

Обов'язкові засоби перевірки для теоретичної підготовки:

- письмова аналітична робота (для 1.1 або 1.2; 2–3 сторінки; оцінюється за структурою, термінологією, аргументацією);
- письмове/електронне тестування (для 1.2, 1.3; 10–15 запитань, мінімум 60% правильних відповідей);
- презентація кейсу (для 1.4; 5–7 хвилин, 8–12 слайдів; оцінюється за змістом, оформленням, аргументацією).

Додаткові засоби перевірки: усне опитування (для 1.1, 1.4) застосовується для перевірки глибини знань на практичних заняттях.

Практична підготовка у 3 семестрі (максимум 60 балів; мінімум 36 балів)

Код	Результат навчання	Засоби перевірки (інструменти та види контролю)	Формат інструменту	Критерії оцінювання (бальна модель, національна шкала)	Максимум балів	Мінімум балів	Компетентності
2.1	Вміти аналізувати комунікаційні	Письмова аналітична	Аналітична записка: 2–3	Глибина (4 б.); зв'язок із	10	6	ПРН2 (збір інформації);

	процеси та медіаповідомлення в соціокультурному контексті	записка; кейс-аналіз.	сторінки, аналіз медіаповідомлення; кейс-аналіз: груповий або індивідуальний аналіз на практичному занятті (1–2 сторінки).	теорією (3 б.); висновки (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.			ФК39 (врахування різноманіття).
2.2	Вміти створювати базові іміджеві матеріали відповідно до цільової аудиторії	Проєктна робота (презентація медіапродукту).	Проєктна робота: створення постера, відеоролика (30–60 секунд) або тексту; презентація: 5–7 хвилин, 8–12 слайдів.	Ідея (2 б.); зміст (3 б.); оформлення (3 б.); презентація (2 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ФК34 (створення соціокультурних послуг); ПРН24 (комунікаційні технології).
2.3	Вміти використовувати цифрові платформи та соціальні мережі для популяризації культурних продуктів	Проєктна робота (практичне завдання).	Практичне завдання: створення серії постів (3–5) для Instagram або Facebook; звіт про охоплення (1 сторінка).	Контент (4 б.); адаптація до платформи (3 б.); ефективність (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ФК36 (популяризація продуктів); ПРН16 (управління ресурсами).
3.1	Вміти спілкуватися державною мовою в межах публічної комунікації	Усна презентація; рольова гра.	Презентація: 5–7 хвилин, 8–12 слайдів; рольова гра: моделювання комунікаційної ситуації на занятті.	Грамотність (3 б.); структура (3 б.); аргументація (4 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ЗК4 (спілкування державною мовою); ФК39 (спілкування з аудиторіями).
3.2	Вміти адаптувати комунікацію до різних аудиторій	Письмова аналітична записка; кейс-аналіз.	Аналітична записка: 2–3 сторінки, адаптація повідомлення для аудиторії; кейс-аналіз: письмовий аналіз (1–2 сторінки).	Визначення аудиторії (3 б.); адаптація повідомлення (4 б.); приклади (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.	10	6	ФК39 (врахування різноманіття); ПРН15 (діалог із суб’єктами).
4.1	Вміти планувати та організовувати власну професійну діяльність у межах	Журнал виконання завдань; самооцінка.	Журнал: паперовий або електронний, щотижневі записи (5–10 сторінок);	Повнота записів (4 б.); рефлексія (3 б.); тайм-	10	6	ЗК2 (планування часу); ПРН3 (організація

	комунікаційного проєкту		самооцінка: письмова рефлексія (1 сторінка).	менеджмент (3 б.). Відмінно: 9–10б; Добре: 7–8б; Задовільно: 6б.			часу).

Обов'язкові засоби перевірки для практичної підготовки:

- проєктна робота (презентація медіапродукту для 2.2; постер, відеоролик 30–60 секунд або текст; 5–7 хвилин; оцінюється за ідеєю, змістом, оформленням);
- проєктна робота (практичне завдання для 2.3; 3–5 постів для Instagram або Facebook; оцінюється за контентом, адаптацією, ефективністю);
- журнал виконання завдань (для 4.1; паперовий або електронний; щотижневі записи з рефлексією; оцінюється за повнотою, рефлексією, тайм-менеджментом).

Додаткові засоби перевірки: рольова гра (для 3.1) застосовується для оцінки комунікаційних навичок; кейс-аналіз (для 2.1, 3.2) — для перевірки аналітичних умінь.

Додаткові уточнення

- **Формат інструментів**: Усі письмові роботи (есе, аналітичні записки, контрольні роботи) виконуються державною мовою, обсяг 2–3 сторінки, шрифт Times New Roman, 12 pt, інтервал 1.5. Тестування може бути письмовим (на занятті) або електронним (на платформі, визначеній викладачем). Презентації — у форматі PowerPoint/PDF, 8–12 слайдів, тривалість 5–7 хвилин. Журнал виконання — структурований документ (паперовий або електронний) із щотижневими записами.
- **Зв'язок із компетентностями**: Інструменти оцінювання перевіряють знання (теорія: 1.1–1.4), вміння (практика: 2.1–2.3), комунікаційні навички (3.1–3.2) та автономність (4.1), сприяючи формуванню компетентностей для створення соціокультурних продуктів, ефективної комунікації, тайм-менеджменту (ЗК2, ЗК4, ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ФК39, ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН24).
- **Національна шкала оцінювання** : Оцінки "відмінно", "добре", "задовільно", "не задовільно" виставляються за тими ж інструментами (есе, тестування, презентація тощо) і переводяться в бали шляхом множення середньої оцінки на 20.
- **Структура**: Теоретичні засоби відповідають тематичній частині 1 (теми 1–4), практичні — тематичній частині 2 (теми 5–10).

Аудиторна робота (лекційні та практичні заняття) - студент виконує такі види діяльності на заняттях у 3 семестрі:

Код	Результат навчання	Аудиторні форми роботи	Завдання самостійної роботи
1.1	Знати теорії комунікацій	Лекція, практичне заняття	Участь у дискусії, відповіді на запитання, коротке есе
1.2	Знати поняття PR	Лекція, кейс-аналіз	Аналіз прикладів, тестування
1.3	Знати етичні та правові аспекти	Лекція, практичне заняття	Обговорення ситуацій, письмова робота
1.4	Знати принципи іміджу	Презентація кейсу	Публічний захист кейсу
2.1	Аналіз медіапроцесів	Практичне заняття	Аналіз кейсу, групова робота
2.2	Створення іміджевих матеріалів	Практикум	Розробка медіапродукту, презентація
2.3	Цифрові платформи	Практичне заняття	Створення контенту, демонстрація

3.1	Комунікація державною мовою	Усна презентація	Публічний виступ, аргументація
3.2	Адаптація до аудиторій	Практичне заняття	Моделювання ситуацій, письмова робота
4.1	Планування діяльності	Тренінг, обговорення	Ведення журналу завдань, самооцінка

Самостійна робота - студент виконує такі завдання поза межами аудиторії у 3 семестрі:

Код	Результат навчання	Самостійні форми роботи	Очікувані завдання
1.1–1.4	Теоретичні знання	Опрацювання літератури, підготовка до тестування	Конспектування, підготовка есе, виконання контрольної роботи
2.1	Аналіз медіа	Пошук прикладів, аналітична записка	Письмовий аналіз медіаповідомлення
2.2	Іміджеві матеріали	Розробка концепції	Створення макету, тексту, візуального оформлення
2.3	Цифрові платформи	Робота з онлайн-інструментами	Публікація контенту, аналіз охоплення
3.1–3.2	Комунікація	Підготовка виступу, адаптація повідомлень	Написання тексту, репетиція
4.1	Автономність	Ведення щоденника, рефлексія	Заповнення журналу, самооцінка, тайм-менеджмент

Система оцінювання 3 семестр

Теоретична підготовка (результати 1.1–1.4, максимум 40 балів, мінімум 24 бали)

Код	Результат навчання	Аудиторні завдання (на заняттях: лекції, практичне заняття, кейс-аналіз)	Самостійні завдання (поза аудиторними заняттями для виконання аудиторних завдань)	Метод оцінювання	Максимум балів	Мінімум балів
1.1	Знати основні теорії та моделі соціальних комунікацій	Участь у дискусії, відповіді на запитання, коротке есе (лекція, практичне заняття; тема 1).	Опрацювання літератури, конспектування, підготовка есе або контрольної роботи (8 годин).	Письмова робота (есе або контрольна робота), тестування, усне опитування.	10	6
1.2	Знати поняття, функції та типи PR у сфері культури та мистецтва	Аналіз прикладів, тестування (лекція, кейс-аналіз; тема 2).	Опрацювання літератури, підготовка до тестування, аналіз ситуацій (6 годин).	Тестування + кейс-аналіз.	10	6
1.3	Знати етичні та правові аспекти публічної комунікації	Обговорення ситуацій, письмова робота (лекція, практичне заняття; тема 3).	Опрацювання джерел, підготовка письмової роботи (6 годин).	Письмова робота, тестування.	10	6
1.4	Знати принципи побудови іміджу особи, організації, бренду	Публічний захист кейсу (презентація кейсу; тема 4).	Опрацювання літератури, підготовка кейсу (6 годин).	Презентація кейсу, усне опитування.	10	6

Практична підготовка (результати 2.1–2.3, 3.1–3.2, 4.1; максимум 60 балів, мінімум 36 балів)

Код	Результат навчання	Аудиторні завдання (на заняттях: практикуми, практичні	Самостійні завдання (поза аудиторними заняттями для виконання аудиторних завдань)	Метод оцінювання	Максимум балів	Мінімум балів

		заняття, тренінги)				
2.1	Вміти аналізувати комунікаційні процеси та медіаповідомлення в соціокультурному контексті	Аналіз кейсу, групова робота (практичне заняття; тема 5).	Пошук прикладів, аналітична записка, письмовий аналіз медіаповідомлення (8 годин).	Аналіз кейсу, письмова робота.	10	6
2.2	Вміти створювати базові іміджеві матеріали відповідно до цільової аудиторії	Розробка медіапродукту, презентація (практикум; тема 6).	Розробка концепції, створення макету, тексту, візуального оформлення (6 годин).	Презентація медіапродукту.	10	6
2.3	Вміти використовувати цифрові платформи та соціальні мережі для популяризації культурних продуктів	Створення контенту, демонстрація (практичне заняття; тема 7).	Робота з онлайн-інструментами, публікація контенту, аналіз охоплення (6 годин).	Практичне завдання.	10	6
3.1	Вміти спілкуватися державною мовою в межах публічної комунікації	Публічний виступ, аргументація (усна презентація; тема 8).	Підготовка виступу, написання тексту, репетиція (6 годин).	Усна презентація.	10	6
3.2	Вміти адаптувати комунікацію до різних аудиторій	Моделювання ситуацій, письмова робота (практичне заняття; тема 9).	Адаптація повідомлень, написання тексту (6 годин).	Письмова робота.	10	6
4.1	Вміти планувати та організовувати власну професійну діяльність у межах комунікаційного проєкту	Ведення журналу завдань, самооцінка (тренінг, обговорення; тема 10).	Ведення щоденника, рефлексія, заповнення журналу, тайм-менеджмент (6 годин).	Журнал виконання завдань, самооцінка.	10	6

Обов’язкові види навчальної діяльності (3 семестр)
Теоретична підготовка (максимум — 40 балів, мінімум — 24 бали)
1.**Письмова аналітична робота**
2.Тема: теорії соціальних комунікацій або PR у сфері культури
3.Оцінюється за структурою, термінологією, аргументацією
4.Обсяг: 2–3 сторінки
5.Обов’язкова для результатів 1.1 або 1.2
6.**Тестування**
7.Охоплює результати 1.2, 1.3, 1.6
8.Виконується в аудиторії або онлайн
9.Мінімальний поріг проходження — 60%
10. **Презентація кейсу**
11. Тема: іміджеві моделі або міжкультурна комунікація
12. Оцінюється за змістом, оформленням, аргументацією
13. Обов’язкова для результату 1.4 або 1.7

Практична підготовка (максимум — 60 балів, мінімум — 36 балів)
4.**Розробка та захист PR-кампанії**
5.Індивідуальна або групова робота
6.Має включати: цілі, аудиторії, канали, візуальні матеріали
7.Захист у форматі презентації

8.Обов’язкова для результату 2.4

9.**Практичне завдання з комунікаційного супроводу події**

- Сценарне планування, моделювання події
- Оцінюється за ефективністю, адаптацією, логікою
- Обов’язкова для результату 2.5
- **Письмова стратегія адвокаційної кампанії**
- Включає: мету, інтереси аудиторій, інструменти впливу
- Обов’язкова для результату 2.6
- **Аналіз конфліктної ситуації (усна форма)**
- Моделювання кейсу, аргументація позиції
- Обов’язкова для результату 2.7
- **Презентація міжнародного кейсу (peer-review)**
- Взаємодія з партнерами, міжкультурна адаптація
- Обов’язкова для результату 3.3
- **Журнал виконання завдань + самооцінка**
- Ведеться протягом семестру
- Включає рефлексію, тайм-менеджмент, планування
- Обов’язкова для результату 4.2

7.1.1.2. Семестрове поточне оцінювання у 4 семестрі. Семестрове поточне оцінювання становить максимум 60 балів: 24 бали за теоретичну підготовку (14 балів) та 36 балів за практичну підготовку (мінімум 22 бали).

Теоретична підготовка у 4 семестрі (максимум 24 бали; мінімум 14 балів)

Код	Результат навчання	Засоби перевірки (інструменти та види контролю)	Формат інструменту	Критерії оцінювання (бальна модель, національна шкала)	Максимум балів	Мінімум балів	Компетентності
1.5	Знати етапи розробки та реалізації комунікаційної стратегії	Письмова аналітична робота; есе; письмове тестування.	Аналітична робота/есе: 3–4 сторінки, порівняння моделей стратегії (за Cutlip S.M.); тестування: 10–15 запитань (множинний вибір, відкриті відповіді).	Структура (4 б.); термінологія (3 б.); приклади (3 б.). Відмінно: 10б; Добре: 8–9б; Задовільно: 6–7б.	10	6	ЗК4 (спілкування державною мовою); ФК22 (управління проєктами); ПРН2 (збір інформації).
1.6	Знати специфіку комунікації в мистецьких і творчих індустріях	Письмове/електронне тестування; кейс-аналіз.	Тестування: 10–12 запитань (множинний вибір, короткі відповіді); кейс-аналіз: письмовий аналіз інструментів комунікації театру/музею/фестивалю (1–2 сторінки).	Точність (3 б.); застосування понять (3 б.); аргументація (2 б.). Відмінно: 8б; Добре: 6–7б; Задовільно: 5б.	8	5	ЗК4 (спілкування державною мовою); ФК34 (створення соціокультурних послуг); ПРН15 (діалог із суб’єктами).
1.7	Знати основи міжкультурної комунікації та	Презентація кейсу; усне опитування.	Презентація: 7–10 хвилин, 10–15 слайдів, аналіз міжкультурного	Зміст (3 б.); оформлення (2 б.);	6	3	ФК36 (популяризація продуктів);

	міжнародної культурної співпраці		кейсу; усне опитування: 2–3 запитання на практичному занятті.	міжкультурна чутливість (1 б.). Відмінно: 6б; Добре: 4–5б; Задовільно: 3б.			ПРН17 (адвокація).

Практична підготовка 4 семестр (максимум 36 балів; мінімум 22 бали)

Код	Результат навчання	Засоби перевірки (інструменти та види контролю)	Формат інструменту	Критерії оцінювання (бальна модель, національна шкала)	Максимум балів	Мінімум балів	Компетентності
2.4	Вміти розробляти PR-кампанії для культурних проєктів, організацій, митців	Проєктна робота (захист PR-проєкту).	Проєкт: концепція PR-кампанії (2–3 сторінки), візуальні матеріали (3–5 елементів); презентація: 7–10 хвилин, 10–15 слайдів.	Ідея (3 б.); стратегія (3 б.); оформлення (2 б.); презентація (2 б.). Відмінно: 10б; Добре: 8–9б; Задовільно: 6–7б.	10	6	ФК22 (управління проєктами); ПРН24 (комунікаційні технології).
2.5	Вміти організовувати комунікаційний супровід мистецьких подій, виставок, фестивалів	Проєктна робота (практичне завдання).	Практичне завдання: сценарій події (1–2 сторінки), план комунікаційного супроводу; презентація сценарію: 5–7 хвилин.	Сценарій (2 б.); адаптація (2 б.); ефективність (2 б.). Відмінно: 6б; Добре: 5б; Задовільно: 4б.	6	4	ФК34 (створення соціокультурних послуг); ПРН16 (управління ресурсами).
2.6	Вміти створювати адвокаційні кампанії та професійні мережі	Письмова стратегія.	Письмова стратегія: 2–3 сторінки, план адвокаційної кампанії з аргументацією та оформленням.	Цілі (2 б.); аргументація (2 б.); оформлення (2 б.). Відмінно: 6б; Добре: 5б; Задовільно: 4б.	6	4	ФК28 (розв’язування конфліктів); ПРН17 (адвокація).
2.7	Вміти вирішувати конфліктні ситуації у професійній комунікації	Кейс-аналіз; усна аргументація.	Кейс-аналіз: письмовий аналіз конфлікту (1–2 сторінки); усна аргументація: 5–7 хвилин на занятті.	Аналіз (2 б.); логіка (2 б.); комунікація (2 б.). Відмінно: 6б; Добре: 5б; Задовільно: 4б.	6	3	ФК28 (розв’язування конфліктів); ПРН15 (діалог із суб’єктами).
3.3	Вміти взаємодіяти з міжнародними партнерами у сфері соціальних	Презентація кейсу; peer-review.	Презентація: 7–10 хвилин, 10–15 слайдів, аналіз міжкультурного кейсу; peer-review: оцінка презентації	Зміст (2 б.); адаптація (2 б.); оформлення (1 б.). Відмінно: 5б;	5	3	ФК36 (популяризація продуктів); ПРН17 (адвокація).

	комунікацій		одногрупниками (1 сторінка).	Добре: 4б; Задовільно: 3б.			
4.2	Вміти діяти автономно в межах комунікаційного проєкту	Журнал виконання завдань; самооцінка.	Журнал: паперовий або електронний, щотижневі записи (5–10 сторінок); самооцінка: рефлексивний звіт (1 сторінка).	Повнота (1 б.); рефлексія (1 б.); тайм-менеджмент (1 б.). Відмінно: 3б; Добре: 2б; Задовільно: 1б.	3	2	ЗК2 (планування часу); ПРН3 (організація часу).

Обов'язкові засоби перевірки для практичної підготовки:

- проєктна робота (захист PR-проєкту для 2.4; концепція 2–3 сторінки, 3–5 візуальних елементів; презентація 7–10 хвилин; оцінюється за ідеєю, стратегією, оформленням, презентацією; максимум 10 балів);
- письмова стратегія (для 2.6; план адвокаційної кампанії, 2–3 сторінки; оцінюється за цілями, аргументацією, оформленням; максимум 6 балів);
- журнал виконання завдань (для 4.2; паперовий або електронний, щотижневі записи; оцінюється за повнотою, рефлексією, тайм-менеджментом; максимум 3 бали).

Додаткові засоби перевірки: практичне завдання (для 2.5), кейс-аналіз (для 2.7), усна аргументація (для 2.7), презентація кейсу (для 3.3), peer-review (для 3.3).

Додаткові уточнення

- **Формат інструментів**: Письмові роботи (аналітичні роботи, стратегії, кейс-аналіз) — 1–4 сторінки, шрифт Times New Roman, 12 pt, інтервал 1.5. Тестування — письмове або електронне (на платформі, визначеній викладачем), 10–15 запитань. Презентації — 7–10 хвилин, 10–15 слайдів, PowerPoint/PDF. Журнал виконання — структурований документ із щотижневими записами. Peer-review — письмова оцінка (1 сторінка).
- **Зв'язок із компетентностями**: Інструменти оцінювання перевіряють знання (теорія: 1.5–1.7), вміння (практика: 2.4–2.7), комунікаційні навички (3.3) та автономність (4.2), сприяючи формуванню компетентностей для створення соціокультурних продуктів, ефективної комунікації, управління проєктами, адвокації та тайм-менеджменту (ЗК2, ЗК4, ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24).
- **Національна шкала оцінювання** : Оцінки "відмінно", "добре", "задовільно", "не задовільно" виставляються за тими ж інструментами (аналітична робота, тестування, презентація тощо) і переводяться в бали шляхом множення середньої оцінки на 12.
- **Структура**: Теоретичні засоби відповідають тематичному блоку 3 (теми 11–13), практичні — тематичному блоку 4 (теми 14–19).

Аудиторна робота (лекційні та практичні заняття) - студент виконує такі види діяльності на заняттях у 4 семестрі:

Код	Результат навчання	Аудиторні форми роботи	Очікувані завдання
1.5	Знати етапи розробки та реалізації комунікаційної стратегії	Лекція, практичне заняття	Участь у дискусії, порівняльний аналіз, коротке есе
1.6	Знати специфіку комунікації в мистецьких і творчих індустріях	Лекція, кейс-аналіз	Аналіз прикладів, тестування
1.7	Знати основи міжкультурної комунікації та міжнародної культурної співпраці	Лекція, практичне заняття, презентація	Обговорення ситуацій, захист кейсу
2.4	Вміти розробляти PR-кампанії для культурних проєктів	Практичне заняття, стратегічне планування	Розробка проєкту, презентація, захист
2.5	Вміти організовувати комунікаційний супровід	Моделювання, сценарне	Створення сценарію, симуляція

	мистецьких подій	планування	події
2.6	Вміти створювати адвокаційні кампанії та професійні мережі	Практикум, стратегічне моделювання	Письмова стратегія, обговорення
2.7	Вміти вирішувати конфліктні ситуації у професійній комунікації	Тренінг, дебати	Моделювання кейсу, усна аргументація
3.3	Вміти взаємодіяти з міжнародними партнерами у сфері соціальних комунікацій	Рольова гра, кейс-аналіз	Презентація кейсу, peer-review
4.2	Вміти діяти автономно в межах комунікаційного проєкту	Обговорення, індивідуальні консультації	Ведення журналу, самооцінка, планування

Самостійна робота - студент виконує такі завдання поза межами аудиторії у 4 семестрі:

Код	Результат навчання	Самостійні форми роботи	Очікувані завдання
1.5–1.7	Теоретичні знання	Опрацювання джерел, підготовка до тестування	Конспектування, аналітична записка, виконання контрольної роботи
2.4	Розробка PR-кампанії	Індивідуальне проєктування	Створення концепції, візуальних матеріалів, презентація
2.5	Комунікаційний супровід	Підготовка сценарію	Написання сценарного плану, адаптація до аудиторії
2.6	Адвокаційна стратегія	Робота з інтересами аудиторій	Письмова стратегія, аргументація, оформлення
2.7	Конфліктні ситуації	Аналіз кейсів	Письмова аргументація, рефлексія
3.3	Міжнародна комунікація	Підготовка презентації	Вивчення кейсів, адаптація до культурного контексту
4.2	Автономна діяльність	Ведення щоденника, рефлексивний звіт	Самооцінка, тайм-менеджмент, корекція дій

Теоретична підготовка у 3 семестрі
(результати 1.5–1.7, поточне максимум 24 бали, мінімум 14 балів)

Код	Результат навчання	Аудиторні завдання (на заняттях: лекції, практичні заняття, кейс-аналіз)	Самостійні завдання (поза аудиторними заняттями для виконання аудиторних завдань)	Метод оцінювання	Максимум балів	Мінімум балів
1.5	Знати етапи розробки та реалізації комунікаційної стратегії	Участь у дискусії, порівняльний аналіз, коротке есе (лекція, практичне заняття; тема 11).	Опрацювання джерел, конспектування, аналітична записка, виконання контрольної роботи (8 годин).	Аналітична письмова робота.	10	6
1.6	Знати специфіку комунікації в мистецьких і творчих індустріях	Аналіз прикладів, тестування (лекція, кейс-аналіз; тема 12).	Опрацювання джерел, підготовка до тестування, аналітична записка (8 годин).	Тестування + кейс-аналіз.	8	5
1.7	Знати основи міжкультурної комунікації та міжнародної культурної співпраці	Обговорення ситуацій, захист кейсу (лекція, практичне заняття, презентація; тема 13).	Опрацювання джерел, вивчення кейсів, підготовка презентації (6 годин).	Презентація кейсу.	6	3

Практична підготовка у 3 семестрі
(результати 2.4–2.7, 3.3, 4.2; поточне максимум 36 балів, мінімум 22 бали)

Код	Результат навчання	Аудиторні завдання (на заняттях: практикуми, тренінги, моделювання)	Самостійні завдання (поза аудиторними заняттями для виконання аудиторних завдань)	Метод оцінювання	Максимум балів	Мінімум балів

2.4	Вміти розробляти PR-кампанії для культурних проєктів, організацій, митців	Розробка проєкту, презентація, захист (практичне заняття, стратегічне планування; теми 14, 16).	Індивідуальне проєктування, створення концепції, візуальних матеріалів, презентація (6–8 годин).	Захист проєкту.	10	6
2.5	Вміти організовувати комунікаційний супровід мистецьких подій, виставок, фестивалів	Створення сценарію, симуляція події (моделювання, сценарне планування; тема 15).	Підготовка сценарію, написання плану, адаптація до аудиторії (6 годин).	Практичне завдання.	6	4
2.6	Вміти створювати адвокаційні кампанії та професійні мережі	Письмова стратегія, обговорення (практикум, стратегічне моделювання; тема 16).	Робота з інтересами аудиторій, письмова стратегія, аргументація, оформлення (8 годин).	Письмова стратегія.	6	4
2.7	Вміти вирішувати конфліктні ситуації у професійній комунікації	Моделювання кейсу, усна аргументація (тренінг, дебати; тема 17).	Аналіз кейсів, письмова аргументація, рефлексія (6 годин).	Аналіз кейсу, усна аргументація.	6	3
3.3	Вміти взаємодіяти з міжнародними партнерами у сфері соціальних комунікацій	Презентація кейсу, peer-review (рольова гра, кейс-аналіз; теми 18, 13–14).	Підготовка презентації, вивчення кейсів, адаптація до культурного контексту (6 годин).	Презентація кейсу, peer-review.	5	3
4.2	Вміти діяти автономно в межах комунікаційного проєкту	Ведення журналу, самооцінка, планування (обговорення, індивідуальні консультації; тема 19).	Ведення щоденника, рефлексивний звіт, самооцінка, тайм-менеджмент, корекція дій (6 годин).	Самооцінка, журнал виконання.	3	2

Обов'язкові види навчальної діяльності за 4 семестр (*семестрове поточне оцінювання — максимум 60 балів • мінімум для допуску до іспиту — 36 балів):*

Теоретична підготовка (максимум — 24 балів, мінімум — 14 балів)

1. Аналітична письмова робота

- Тема: «Порівняння моделей комунікаційної стратегії у сфері культури»
- Обсяг: 3–4 сторінки
- Оцінюється за: логіку викладу (8 б.), термінологічну точність (4 б.), аргументацію (2 б.)
- Відповідає результату навчання: 1.5
- **Максимум — 14 балів**

2. Кейс-аналіз комунікаційної практики мистецької інституції

- Завдання: дослідити комунікаційні інструменти театру, музею або фестивалю
- Оцінюється за: глибину аналізу (6 б.), приклади (3 б.), висновки (1 б.)
- Відповідає результату навчання: 1.6
- **Максимум — 10 балів**

Практична підготовка (максимум — 20 балів, мінімум — 12 балів)

3. Розробка PR-кампанії для культурного проєкту з міжнародною участю

- Має включати: стратегічні цілі, аудиторії, канали, кризові сценарії
- Оцінюється за: стратегічність (4 б.), презентацію (3 б.), аргументацію (3 б.)

▸ Відповідає результату навчання: 2.4
▸ **Максимум — 10 балів**

4.Адвокаційна стратегія з елементами лобіювання
▸ Завдання: розробити план просування інтересів культурної спільноти
▸ Оцінюється за: структуру (4 б.), логіку (3 б.), релевантність (3 б.)
▸ Відповідає результату навчання: 2.6
▸ **Максимум — 10 балів**

Комунікаційна та автономна діяльність (максимум — 16 балів, мінімум — 10 балів)

5. Презентація міжнародного партнерського кейсу
▸ Завдання: представити комунікаційний проєкт у форматі міжкультурної співпраці
▸ Оцінюється за: адаптацію (4 б.), етичність (3 б.), презентаційні навички (3 б.)
▸ Відповідає результату навчання: 3.3
▸ **Максимум — 10 балів**

6. Розширений журнал професійної автономної діяльності
▸ Включає: планування, самооцінку, аналіз ефективності, корекцію дій
▸ Оцінюється за: регулярність (2 б.), рефлексивність (2 б.), здатність до самоконтролю (2 б.)
▸ Відповідає результату навчання: 4.2
▸ **Максимум — 6 балів**

7.1.2. Підсумкове оцінювання

7.1.2.1. Підсумкове оцінювання у 3 семестрі. Форми оцінювання для підсумкового оцінювання 3-го семестру дисципліни визначають методи та інструменти, за допомогою яких перевіряються знання, уміння та компетентності студентів. Форми оцінювання спрямовані на перевірку загальних (ЗК2, ЗК4), фахових (ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ФК39) компетентностей і програмних результатів навчання (ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24). Оцінювання охоплює теоретичну підготовку (тематичний блок 1, теми 1–4: теорії комунікації, принципи PR, етика, іміджмейкінг) та практичну підготовку (тематичний блок 2, теми 5–10: аналіз медіапроцесів, створення іміджевих матеріалів, цифрові платформи, публічна комунікація, адаптація до аудиторій, планування діяльності). Усі завдання виконуються державною мовою.

Основні положення

- **Підсумкове оцінювання**: Залік, який виставляється на основі накопичення балів за поточне оцінювання (максимум 100 балів: 40 балів за теоретичну підготовку, мінімум 24 бали; 60 балів за практичну підготовку, мінімум 36 балів). Окремий екзаменаційний компонент не передбачено.
- **Шкала оцінювання**:
  - ECTS (100-бальна шкала):
    - 90–100 балів: відмінно (зараховано);
    - 75–89 балів: добре (зараховано);
    - 60–74 бали: задовільно (зараховано);
    - <60 балів: не зараховано.
  - **Національна шкала оцінювання** : оцінки "5", "4", "3", "2"; середня оцінка множиться на 20 для переведення в бали (наприклад, 3.9 × 20 = 78 балів).
- **Компенсаторне завдання**: Для студентів, які не набрали мінімальних 60 балів за поточне оцінювання, але мають документально підтверджену поважну причину або рішення деканату, передбачено комплексну роботу з двох блоків і захистом (максимум 74 бали, мінімум 44 бали), що замінює поточне оцінювання, після чого студент допускається до заліку (максимум 15 балів, мінімум 9 балів).

Форми оцінювання

1. Поточне оцінювання (залік)

- **Опис**: Накопичення балів за виконання аудиторних і самостійних завдань протягом семестру, що охоплюють теоретичну (тематичний блок 1, теми 1–4) та практичну (тематичний блок 2, теми 5–10) підготовку. Форми оцінювання відповідають результатам навчання (коди 1.1–1.4, 2.1–2.3, 3.1–3.2, 4.1).
- **Типи завдань**:
  - **Теоретична підготовка** (максимум 40 балів, мінімум 24 бали):
    - **Письмова аналітична робота**: На тему "Теорії соціальних комунікацій" або "PR у сфері культури" (2–3 сторінки, для результатів 1.1, 1.2). Оцінюється за структурою (4 бали), термінологією (3 бали), аргументацією (3 бали).
    - **Тестування**: Питання з вибором відповіді та встановленням відповідностей (для результатів 1.2, 1.3). Оцінюється за точністю (5 балів), застосуванням понять (5 балів).
    - **Презентація кейсу**: На тему іміджевих моделей або етики комунікації (для результатів 1.3, 1.4). Оцінюється за змістом (4 бали), оформленням (3 бали), аргументацією (3 бали).
  - **Практична підготовка** (максимум 60 балів, мінімум 36 балів):
    - **Аналіз кейсу**: Аналіз медіаповідомлень або комунікаційних процесів (для 2.1). Оцінюється за глибиною (4 бали), зв’язком із теорією (3 бали), висновками (3 бали).
    - **Презентація медіапродукту**: Створення іміджевих матеріалів (текст, візуали, для 2.2). Оцінюється за ідею (2 бали), зміст (3 бали), оформлення (3 бали), презентацію (2 бали).
    - **Практичне завдання з цифрових платформ**: Створення контенту для соцмереж (для 2.3). Оцінюється за контент (4 бали), адаптацію до платформи (3 бали), ефективність (3 бали).
    - **Усна презентація**: Публічний виступ державною мовою (для 3.1). Оцінюється за грамотність (3 бали), структуру (3 бали), аргументацію (4 бали).
    - **Письмова робота з адаптації**: Адаптація повідомлення до різних аудиторій (для 3.2). Оцінюється за визначення аудиторії (3 бали), адаптацію (4 бали), приклади (3 бали).
    - **Журнал виконання завдань**: Ведення щоденника з рефлексією та тайм-менеджментом (для 4.1). Оцінюється за повноту (4 бали), рефлексію (3 бали), тайм-менеджмент (3 бали).
- **Оцінювання**:
  - Кожен результат навчання (1.1–4.1): максимум 10 балів, мінімум 6 балів.
  - Рівні виконання:
    - Відмінно: 9–10 балів.
    - Добре: 7–8 балів.
    - Задовільно: 6 балів.
  - Загальний максимум: 100 балів (40 за теорію, 60 за практику).
  - Мінімум для заліку: 60 балів (24 за теорію, 36 за практику).
- **Формат**: Письмові роботи (аналітичні роботи, кейси), тестування (паперове або на платформі Moodle), презентації (PowerPoint/PDF), усні виступи, журнали виконання завдань.
- **Мета**: Перевірити знання теорії комунікації, PR, етики та іміджмейкінгу, а також практичні навички аналізу, створення матеріалів, використання цифрових платформ, комунікації та самоорганізації.

2. Компенсаторне індивідуальне завдання

- **Опис**: Комплексна робота для студентів, які не набрали мінімальних 60 балів за поточне оцінювання, але мають документально підтверджену поважну причину або рішення деканату. Складається з двох блоків і захисту перед комісією, охоплюючи всі результати навчання 3-го семестру (коди 1.1–1.4, 2.1–2.3, 3.1–3.2, 4.1). Успішне виконання (мінімум 44 бали) замінює поточне оцінювання та допускає до заліку.
- **Складові**:
    1. **Теоретичний блок** (максимум 24 бали, мінімум 14 балів):
        - Форма: Письмова аналітична робота (3–4 сторінки, шрифт Times New Roman, 12 pt, інтервал 1.5) + тестування/усне опитування.
        - Тема: «Теорії соціальних комунікацій та їх застосування у сфері культури».
        - Оцінювання аналітичної роботи (до 14 балів):
            - Структура: 4 бали.
            - Термінологія: 4 бали.
            - Аргументація: 3 бали.
            - Приклади: 3 бали.
            - Мінімум: 8 балів.
        - Оцінювання тестування/опитування (до 10 балів):
            - Точність відповідей: 4 бали.
            - Логіка викладу: 3 бали.
            - Застосування понять: 3 бали.
            - Мінімум: 6 балів.
        - Мета: Перевірка знань теорії комунікації, PR, етики та іміджмейкінгу (ЗК2, ФК22, ФК28, ФК34, ПРН2, ПРН3).
    2. **Практичний блок** (максимум 50 балів, мінімум 30 балів):
        - Форма: Розробка та презентація індивідуального медіапроєкту (до 30 балів) + комунікаційне завдання (до 20 балів).
        - Медіапроєкт: Елементи PR-кампанії, іміджеві матеріали, цифрова адаптація (2–3 сторінки + презентація, 7–10 хвилин, 10–15 слайдів, PowerPoint/PDF).
        - Оцінювання медіапроєкту:
            - Ідея: 8 балів.
            - Зміст: 8 балів.
            - Оформлення: 7 балів.
            - Презентація: 7 балів.
            - Мінімум: 18 балів.
        - Комунікаційне завдання: Моделювання публічного виступу або адаптація повідомлення (5–7 хвилин).
        - Оцінювання комунікаційного завдання:
            - Мовна грамотність: 7 балів.
            - Логіка: 7 балів.
            - Адаптація до аудиторії: 6 балів.
            - Мінімум: 12 балів.
        - Мета: Оцінка практичних навичок створення матеріалів, комунікації та адаптації (ЗК4, ФК36, ФК39, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24).
    3. **Захист перед комісією** (інтегровано в оцінку блоків):
        - Форма: Усна презентація обох блоків (10–15 хвилин) з відповідями на запитання.
        - Мета: Перевірка вміння аргументувати та презентувати (ЗК4, ФК34, ПРН15).
- **Оцінювання**:
    - Максимум: 74 бали (24 за теорію, 50 за практику).
    - Мінімум для допуску до заліку: 44 бали (14 за теорію, 30 за практику).

- Рівень виконання:
  - Відмінно: 67–74 бали.
  - Добре: 56–66 балів.
  - Задовільно: 44–55 балів.
  - Незадовільно: <44 бали.
- Після успішного захисту студент виконує залік (тестування/усне опитування, максимум 15 балів, мінімум 9 балів). Загальна оцінка не перевищує 89 балів.

- **Формат**: Письмові роботи (аналітична робота, медіапроєкт), тестування, презентації (PowerPoint/PDF), усний захист.

Рекомендації для студентів

- Ознайомтеся з критеріями оцінювання для кожного результату навчання (структура, термінологія, аргументація, оформлення тощо) та типами завдань (письмові роботи, тестування, презентації, журнали).
- Виконуйте завдання своєчасно, ведіть журнал виконання завдань для рефлексії та тайм-менеджменту.
- Для компенсаторного завдання підготуйте структуровані роботи та презентації, враховуючи вимоги до обсягу, формату та змісту.
- Використовуйте рекомендовану літературу з тематичних блоків 1–2 (розділ 9 документа) для підготовки.

7.1.2.2. Підсумкове оцінювання у 4-му семестрі. Форми оцінювання для підсумкового оцінювання 4-го семестру дисципліни визначають методи та інструменти, за допомогою яких оцінюються знання, уміння та компетентності студентів. Форми оцінювання спрямовані на перевірку загальних (ЗК2, ЗК4), фахових (ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ФК39) компетентностей і програмних результатів навчання (ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24), охоплюючи теоретичну підготовку (тематичний блок 3, теми 11–13: стратегічна комунікація, міжкультурна співпраця) та практичну підготовку (тематичний блок 4, теми 14–19: PR-кампанії, комунікаційний супровід, адвокація, вирішення конфліктів). Усі завдання виконуються державною мовою.

Основні положення

- **Підсумкове оцінювання**: Складається з іспиту (комплексний письмовий тест, максимум 40 балів), який доповнює поточне оцінювання (максимум 60 балів: 24 бали за теоретичну підготовку, мінімум 14 балів; 36 балів за практичну підготовку, мінімум 22 бали). Загальна оцінка за дисципліну: максимум 100 балів, мінімум 60 балів.
- **Шкала оцінювання**:
  - ECTS (100-бальна шкала):
    - 90–100 балів: відмінно (зараховано);
    - 75–89 балів: добре (зараховано);
    - 60–74 бали: задовільно (зараховано);
    - <60 балів: не зараховано.
  - **Національна шкала оцінювання** : оцінки "5", "4", "3", "2"; середня оцінка множиться на 20 для переведення в бали (наприклад, 4.5 × 20 = 90 балів).
- **Компенсаторне завдання**: Для студентів, які не набрали мінімальних 36 балів за поточне оцінювання, передбачено комплексну роботу з трьох блоків і захистом (максимум 49 балів, мінімум 36 балів), що замінює поточне оцінювання.

Форми оцінювання

Ось адаптований розділ «Форми підсумкового оцінювання» у стилістиці робочої програми навчальної дисципліни. Формулювання подано чітко, нейтрально, з орієнтацією на студентів. Враховано два варіанти іспиту — комбінований та комплексний письмовий тест. Викладач обирає формат на початку семестру, про що повідомляється студентам через навчальну платформу.

Форми підсумкового семестрового оцінювання

Підсумкове оцінювання у 4-му семестрі здійснюється у формі іспиту, який передбачає перевірку засвоєння теоретичних знань, аналітичних навичок та здатності застосовувати комунікаційні стратегії в соціокультурному контексті.

Формат іспиту визначається викладачем на початку семестру. Студентам пропонується один із двох варіантів:

Варіант 1. Комбінований іспит

Структура іспиту:

- Теоретичний блок (20 балів): письмове тестування або відповіді на відкриті запитання, що охоплюють теми тематичного блоку 3 (стратегічна комунікація, кризові комунікації, оцінка ефективності, міжкультурна взаємодія).
- Практичний блок (20 балів): усне опитування або моделювання професійної ситуації за темами тематичного блоку 4 (розробка комунікаційних проєктів, цифрові інструменти, адвокація, вирішення конфліктів).

Критерії оцінювання:

Блок	**Критерії оцінювання**	**Максимум балів**
Теоретичний	точність відповідей — 7; застосування понять — 7; логіка викладу — 6	20
Практичний	термінологічна точність — 7; аргументація — 7; комунікація державною мовою — 6	20

Умови складання:

- Максимальна кількість балів — 40;
- Мінімум для складання — 24 бали (не менше 12 балів за кожен блок);
- Формат проведення — очний або дистанційний (за рішенням викладача);
- Результати іспиту додаються до балів поточного оцінювання.

Варіант 2. Комплексний письмовий тест

Структура іспиту:

- Один письмовий тест, що містить 20 завдань різного типу;
- Завдання охоплюють теми блоків 3 і 4: стратегічна комунікація, PR-кампанії, міжкультурна співпраця, адвокація, вирішення конфліктів.

Типи завдань:

- Вибір правильної відповіді (одна або кілька правильних опцій);
- Встановлення відповідностей (поняття, терміни, кейси);
- Коротке обґрунтування (відповіді на 2–3 речення).

Критерії оцінювання:

- Вірна відповідь — 2 бали;
- Неповна відповідь — 1 бал;
- Невірна відповідь — 0 балів.

Умови складання:

- Максимальна кількість балів — 40;
- Мінімум для складання — 24 бали;
- Формат проведення — письмовий (паперовий або електронний, наприклад, на платформі Google Classroom);
- Результати тесту додаються до балів поточного оцінювання.

Примітка для студентів:

Формат іспиту (комбінований або письмовий тест) обирається викладачем відповідно до навчального плану та специфіки дисципліни. Інформація про обраний формат, дату іспиту та технічні вимоги публікується в навчальній платформі та повідомляється в аудиторії.

2. Компенсаторне індивідуальне завдання

- **Опис**: Комплексна робота для студентів, які не набрали мінімальних 36 балів за поточне оцінювання, але мають дозвіл на допуск. Складається з трьох блоків і захисту перед комісією, охоплюючи всі результати навчання 4-го семестру (коди 1.5–1.7, 2.4–2.7, 3.3, 4.2).
- **Складові**:

Формування оцінки компенсаторного завдання

Формування оцінки компенсаторного завдання для 4-го семестру дисципліни визначає процедуру нарахування балів за виконання завдань, які перевіряють знання, практичні навички, міжкультурну комунікацію та вміння презентувати. Завдання складається з чотирьох блоків: теоретичного, практичного, комунікаційно-рефлексивного та захисту перед комісією. Оцінювання базується на принципах Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS) і охоплює результати навчання (1.5–1.7, 2.4–2.7, 3.3, 4.2), загальні (ЗК2, ЗК4) і фахові (ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ФК39) компетентності, а також програмні результати навчання (ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24). Усі завдання виконуються державною мовою.

Процедура формування оцінки

Теоретичний блок (максимум 15 балів, мінімум 11 балів)

- **Форма**: Письмова аналітична робота.
- **Тема**: Стратегія комунікації у сфері культури.
- **Критерії оцінювання**:

○ **Глибина аналізу** (максимум 6 балів, мінімум 4 бали): Оцінюється повнота розкриття теми, використання теоретичних концепцій стратегічної комунікації, аналіз прикладів з культурної сфери (ЗК2, ПРН2).

○ **Термінологічна точність** (максимум 5 балів, мінімум 4 бали): Правильність і доречність використання термінології стратегічної та міжкультурної комунікації (ФК22, ФК28, ПРН3).

○ **Логіка викладу** (максимум 4 бали, мінімум 3 бали): Структурованість, послідовність і зв’язність тексту, чіткість викладу ідей (ЗК2, ПРН2).

- **Процедура нарахування**:

○ Викладач оцінює письмову роботу за кожним критерієм, присуджуючи бали від 0 до максимуму.

○ Сумарна оцінка: сума балів за глибиною аналізу (0–6), термінологічною точністю (0–5) і логікою викладу (0–4).

○ Для допуску до іспиту студент має набрати щонайменше 11 балів (4 + 4 + 3).

Практичний блок (максимум 15 балів, мінімум 11 балів)

- **Форма**: Розробка PR-кампанії або адвокаційної стратегії з презентацією.
- **Критерії оцінювання**:

○ **Стратегічність** (максимум 6 балів, мінімум 4 бали): Якість стратегічного планування, відповідність цілям кампанії, обґрунтованість вибору інструментів (ФК36, ПРН17).

○ **Оформлення** (максимум 5 балів, мінімум 4 бали): Чіткість структури, візуальна привабливість, відповідність стандартам оформлення (ФК39, ПРН24).

○ **Аргументація** (максимум 4 бали, мінімум 3 бали): Обґрунтованість запропонованих рішень, використання даних і прикладів (ФК36, ПРН17).

- **Процедура нарахування**:

○ Викладач оцінює письмову роботу та презентацію за кожним критерієм, присуджуючи бали від 0 до максимуму.

○ Сумарна оцінка: сума балів за стратегічність (0–6), оформлення (0–5) і аргументацію (0–4).

○ Для допуску до іспиту студент має набрати щонайменше 11 балів (4 + 4 + 3).

Комунікаційно-рефлексивний блок (максимум 9 балів, мінімум 7 балів)

- **Форма**: Презентація міжнародного кейсу та журнал автономної діяльності.
- **Критерії оцінювання**:

○ **Адаптація** (максимум 4 бали, мінімум 3 бали): Здатність адаптувати кейс до культурного чи професійного контексту, врахування міжкультурних особливостей (ЗК4, ФК34, ПРН15).

○ **Етичність** (максимум 3 бали, мінімум 2 бали): Дотримання етичних принципів у комунікації, уникнення стереотипів і дискримінації (ФК34, ПРН16).

○ **Рефлексивність** (максимум 2 бали, мінімум 2 бали): Глибина самоаналізу в журналі, оцінка власних дій і рішень (ЗК4, ПРН16).

- **Процедура нарахування**:

○ Викладач оцінює презентацію та журнал за кожним критерієм, присуджуючи бали від 0 до максимуму.

○ Сумарна оцінка: сума балів за адаптацію (0–4), етичність (0–3) і рефлексивність (0–2).

○ Для допуску до іспиту студент має набрати щонайменше 7 балів (3 + 2 + 2).

Захист перед комісією (максимум 10 балів, мінімум 7 балів)

- **Форма**: Усна презентація всіх блоків з відповідями на запитання.
- **Критерії оцінювання**:

○ **Аргументованість** (максимум 5 балів, мінімум 4 бали): Логічність, переконливість і повнота відповідей на запитання комісії (ЗК4, ПРН15).

○ **Чіткість викладу** (максимум 3 бали, мінімум 2 бали): Ясність, структурованість і доступність презентації (ФК34, ПРН15).

○ **Самостійність** (максимум 2 бали, мінімум 1 бал): Демонстрація власного внеску в роботу, незалежність від зовнішніх джерел (ЗК4, ПРН15).

- **Процедура нарахування**:

○ Комісія оцінює усну презентацію та відповіді за кожним критерієм, присуджуючи бали від 0 до максимуму.

○ Сумарна оцінка: сума балів за аргументованість (0–5), чіткість викладу (0–3) і самостійність (0–2).

○ Для допуску до іспиту студент має набрати щонайменше за захист 7 балів (4 + 2 + 1).

Інтеграція балів

- **Загальна оцінка**:

○ Сума балів за всі блоки: теоретичний (0–15) + практичний (0–15) + комунікаційно-рефлексивний (0–9) + захист (0–10).

○ Максимум: 15 + 15 + 9 + 10 = 49 балів.

○ Мінімум для допуску до іспиту: 11 + 11 + 7 + 7 = 36 балів.

- **Допуск до іспиту**:

○ Студент допускається до стандартного тесту іспиту (40 балів, мінімум 24: 12 за теоретичний блок, 12 за практичний) за умови набору щонайменше 36 балів за компенсаторне завдання.

○ Іспит проводиться відповідно дозволу деканата.

- **Підсумкова оцінка з дисципліни**:

○ Загальна оцінка = бали за компенсаторне завдання (0–49) + бали за іспит (0–40).

○ Максимум: 49 + 40 = 89 балів.

○ Мінімум для складання дисципліни: 36 + 24 = 60 балів.

Технічні аспекти

- **Штрафи**:

○ У разі виявлення плагіату, невідповідності формату (Word/PDF для письмових робіт, PowerPoint/PDF для презентацій) або порушення етичних принципів бали за відповідний компонент знижуються до 0.

○ Пропуск захисту без поважної причини оцінюється як 0 балів за блок захисту.

• **Апеляція**: Студент може подати апеляцію до деканату протягом 3 робочих днів після оголошення результатів, якщо вважає оцінку необґрунтованою.

7.2. Організація оцінювання

7.2.1. Організація оцінювання у 3-му семестрі. Оцінювання навчальних досягнень студентів у межах 3 семестру здійснюється відповідно до принципів Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS) та охоплює результати навчання, загальні й фахові компетентності, а також програмні результати. Навчальний процес включає два тематичні блоки:

- **тематичний блок 1 (Теоретичний):** теми 1–4 — теорії комунікації, принципи PR, етика, іміджмейкінг
- **тематичний блок 2 (Практичний):** теми 5–10 — медіапроцеси, іміджеві матеріали, цифрові платформи, публічна комунікація, адаптація, планування

Усі завдання виконуються державною мовою.

Структура оцінювання

Компонент	**Максимум балів**	**Мінімум для зарахування**
Теоретична підготовка	40	24
Практична підготовка	60	36
Загальна сума	**100**	**60**

Шкала оцінювання (ECTS)

Балів	**Рівень засвоєння**	**Статус**
90–100	Високий	Зараховано
75–89	Достатній	Зараховано
60–74	Базовий	Зараховано
<60	Незадовільний	Не зараховано

Альтернативна шкала (національна)

Оцінка	**Характеристика**	**Переведення у бали**
5	Повне виконання	×20
4	Незначні недоліки	×20
3	Базовий рівень	×20
2	Незадовільно	×20

Приклад: середня оцінка 3.9 → 3.9 × 20 = 78 балів

Графік навчальної активності

Тижні	**Зміст роботи**
1–4	Теоретичні теми, письмові роботи, тестування
5–10	Практичні завдання, презентації
11–15	Тестування, кейси, завершення завдань
16–18	Підсумкове оцінювання, підрахунок балів

Приклади навчальних завдань

Теоретична підготовка

Завдання	**Обсяг / формат**	**Пов’язані результати**
Аналітична письмова робота	2–3 сторінки	1.1 або 1.2
Тестування	Аудиторне / онлайн	1.2, 1.3
Презентація кейсу	7–10 хв, 10–15 слайдів	1.3 або 1.4

Практична підготовка

Завдання	**Формат**	**Пов’язані результати**
Розробка та захист PR-кампанії	Інд./групова презентація	2.4

Комунікаційний супровід події	Сценарне планування	2.5
Стратегія адвокаційної кампанії	Письмова робота	2.6
Аналіз конфліктної ситуації	Усна форма	2.7
Презентація міжнародного кейсу (peer-review)	Презентація	3.3
Журнал виконання завдань + самооцінка	Паперовий/електронний	4.1

Критерії оцінювання завдань (приклад для письмової роботи)

Критерій	**Максимум балів**	**Опис рівня «відмінно»**
Структура	2	Чітка логіка викладу, наявність вступу, висновків
Термінологія	2	Використання фахових термінів без помилок
Аргументація	3	Послідовна, з прикладами, джерелами
Оформлення	3	Відповідає технічним вимогам, без помилок

Загальна сума: 10 балів

Технічні вимоги до виконання

Тип роботи	**Формат / вимоги**
Письмові роботи	Times New Roman, 12 pt, інтервал 1.5, 2–3 сторінки
Презентації	PowerPoint / PDF, 7–10 хв, 10–15 слайдів
Тестування	Паперове або Google Classroom
Журнали	Паперові або електронні (за вимогами викладача)

Особливі випадки

У разі наявності документально підтверджених обставин (медичних, соціальних тощо) або рішення деканату може бути передбачене виконання компенсаторного індивідуального завдання з подальшим захистом перед комісією.

7.2.2. Організація оцінювання у 4-му семестрі. Оцінювання навчальних досягнень студентів у межах 4 семестру здійснюється відповідно до принципів Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS); охоплює результати навчання (коди 1.5–1.7, 2.4–2.7, 3.3, 4.2); загальні компетентності (ЗК2, ЗК4); фахові компетентності (ФК22, ФК28, ФК34, ФК36, ФК39); програмні результати навчання (ПРН2, ПРН3, ПРН15, ПРН16, ПРН17, ПРН24).

Навчальний процес структуровано за двома тематичними блоками: тематичний блок 3 (теоретичний) — теми 11–14: стратегії PR-кампаній; кризові комунікації; оцінка ефективності; міжкультурна комунікація; тематичний блок 4 (практичний) — теми 15–19: комунікаційні проєкти; цифрові інструменти; міжкультурна взаємодія; оцінка діяльності.

Усі завдання виконуються державною мовою.

Структура підсумкового оцінювання

Оцінювання дисципліни передбачає два компоненти:

Компонент	**Максимум балів**	**Мінімум балів**
Поточне оцінювання	60	36
Екзаменаційний компонент	40	24
Загальна сума	100	60

Для допуску до іспиту студент має набрати не менше 36 балів за поточне оцінювання; з дотриманням порогів: 14 балів — за теоретичну підготовку; 22 бали — за практичну підготовку.

Шкала оцінювання (ECTS)

Балів	**Рівень**	**Позначення**	**Статус**
90–100	Відмінно	A	Зараховано
82–89	Добре	B	Зараховано
74–81	Добре	C	Зараховано
64–73	Задовільно	D	Зараховано

60–63	Задовільно	E	Зараховано
35–59	Незадовільно	FX	Можливе повторне складання
0–34	Незадовільно	F	Повторне вивчення дисципліни

Умови допуску до іспиту

Допуск до екзаменаційного компонента передбачає: наявність оцінок за всі ключові результати навчання (1.5–1.7, 2.4–2.7, 3.3, 4.2); виконання всіх передбачених аудиторних і самостійних завдань; набір щонайменше 36 балів за поточне оцінювання (14 — за теорію; 22 — за практику); відсутність систематичних пропусків занять без поважної причини (у разі порушення — оцінка «2» або мінімальний бал).

Організація поточного оцінювання

Параметр	**Значення**
Період	лютий–травень (15–18 тижнів)
Загальний обсяг	120 годин: тематичний блок 3 — 60 годин; тематичний блок 4 — 60 годин
Розподіл годин	лекції — 30 годин; практичні заняття — 30 годин; самостійна робота — 60 годин
Графік	узгоджується на початку семестру; публікується в Google Classroom
Екзаменаційна сесія	червень; згідно з навчальним планом

Моделі оцінювання

Оцінювання здійснюється за двома моделями:

- бальна модель: кожен результат навчання оцінюється за критеріями — структура; термінологія; аргументація; рівні — відмінно (90–100%); добре (75–89%); задовільно (60–74%);
- національна шкала: оцінки — «5» — повне виконання; «4» — незначні недоліки; «3» — базовий рівень; «2» — незадовільно; переведення — середня оцінка × 12 = бали.

Роль обов'язкових форм навчальної діяльності

Обов'язкові види навчальної діяльності є основою для формування поточного оцінювання; охоплюють теоретичну та практичну підготовку; узгоджуються з результатами навчання та компетентностями освітньої програми; формати, критерії та зв'язок із результатами навчання наведено у розділі «Форми оцінювання: обов'язкові види навчальної діяльності у 4-му семестрі».

Технічні вимоги

Тип завдання	**Формат подання**
Письмові роботи	Word / PDF
Презентації	PowerPoint / PDF
Журнали	Паперові або електронні; згідно з вимогами викладача

Компенсаторне завдання

Компенсаторне завдання виконується студентами, які не набрали 36 балів за поточне оцінювання, але мають документально підтверджену поважну причину або рішення деканату.

Структура завдання включає: теоретичний блок — письмова аналітична робота; практичний блок — розробка PR-кампанії або адвокаційної стратегії; комунікаційно-рефлексивний блок — презентація міжнародного кейсу та журнал автономної діяльності; захист перед комісією — усна презентація з відповідями на запитання.

Оцінювання здійснюється за такими параметрами:

Компонент	**Максимум**	**Мінімум**
Теоретичний блок	15	11
Практичний блок	15	11
Комунікаційно-рефлексивний блок	9	7

Захист перед комісією	10	7
Загальна сума	49	36

Рівень виконання визначається за шкалою: відмінно — 45–49 балів; добре — 40–44 бали; задовільно — 36–39 балів; незадовільно — менше ніж 36 балів.

Формати подання включають: письмові роботи — Word/PDF; презентації — PowerPoint/PDF; журнал — паперовий або електронний; захист — усна форма.

Обмеження: загальна оцінка за дисципліну при виконанні компенсаторного завдання не перевищує 89 балів.

Організація іспиту

Формат іспиту обирається викладачем на початку семестру з урахуванням цілей дисципліни, змісту тематичних блоків та особливостей академічної групи. Студентам пропонується один із двох варіантів:

Варіант 1. Комбінований іспит

Іспит складається з двох блоків: теоретичного та практичного.

- Теоретичний блок охоплює письмове тестування або відповіді на відкриті запитання за темами тематичного блоку 3 (стратегічна комунікація; кризові комунікації; оцінка ефективності; міжкультурна взаємодія);
- Практичний блок передбачає усне опитування або моделювання професійної ситуації за темами тематичного блоку 4 (розробка комунікаційних проєктів; цифрові інструменти; адвокація; вирішення конфліктів).

Оцінювання здійснюється за такими критеріями:

Блок	**Критерії оцінювання**	**Максимум балів**
Теоретичний	точність відповідей — 7; застосування понять — 7; логіка викладу — 6	20
Практичний	термінологічна точність — 7; аргументація — 7; комунікація державною мовою — 6	20

Підсумкові параметри:

- Максимальна кількість балів — 40;
- Мінімум для складання — 24 бали (не менше 12 балів за кожен блок);
- Формат проведення — очний або дистанційний (за рішенням викладача);
- Результати іспиту додаються до балів поточного оцінювання.

Варіант 2. Комплексний письмовий тест

Іспит реалізується у вигляді письмового тесту, що містить 20 завдань різного типу. Завдання охоплюють теми тематичних блоків 3 і 4: стратегічна комунікація; PR-кампанії; міжкультурна співпраця; адвокація; вирішення конфліктів.

Типи завдань включають:

- вибір правильної відповіді — тестові питання з однією або кількома правильними відповідями;
- встановлення відповідностей — зіставлення понять, термінів або кейсів;
- коротке обґрунтування — відповіді на 2–3 речення для демонстрації розуміння.

Оцінювання здійснюється за такими параметрами:

- вірна відповідь — 2 бали;
- неповна відповідь — 1 бал;
- невірна відповідь — 0 балів;
- максимальна кількість балів — 40;
- мінімум для складання — 24 бали.

Формат проведення: письмовий — паперовий або електронний (наприклад, на платформі Google Classroom).

Загальні умови складання іспиту

- Допуск до іспиту надається студентам, які набрали щонайменше 36 балів за поточне оцінювання (14 — за теоретичну підготовку; 22 — за практичну);
- У разі недостатньої кількості балів, але наявності поважної причини, студент може бути допущений до іспиту після виконання компенсаторного завдання;
- Пропуск іспиту без поважної причини оцінюється як «2» за національною шкалою або 0 балів за бальною моделлю;
- Загальна підсумкова оцінка за дисципліну формується як сума балів за поточне оцінювання (максимум — 60 балів) та балів за іспит (максимум — 40 балів).

7.3 Шкала відповідності оцінок

3 семестр

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

4 семестр

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни

№ п/п	Назва теми	Лекції (год.)	Практичні (год.)	Самостійна робота (год.)	Всього (год.)
3-й семестр					
1. Теорії комунікації та PR у соціокультурному управлінні					
1	Теорії соціальних комунікацій у контексті культурної політики	4	4	8	16
2	PR як інструмент управління культурними процесами	4	4	6	14
3	Етика та правові засади публічної комунікації у сфері культури	4	4	6	14
4	Імідж культурної організації: принципи побудови та управління	4	4	6	14
2. Комунікаційні практики в культурних індустріях					
5	Аналіз медіапроцесів у соціокультурному середовищі	2	2	8	12
6	Створення іміджевих матеріалів для культурних подій	2	2	6	10
7	Цифрові платформи як засіб просування культурного продукту	2	2	6	10
8	Публічна комунікація державною мовою у сфері культури	2	2	6	10
9	Адаптація комунікації до різних аудиторій у культурних індустріях	2	2	6	10
10	Планування професійної діяльності у межах культурного проєкту	2	2	6	10
Підсумок за 3-м семестром		**28**	**28**	**64**	**120**
4-й семестр					
3. Стратегічна комунікація та PR у культурному менеджменті					
11	Етапи розробки комунікаційної стратегії для культурної інституції	4	4	8	16
12	Комунікація в мистецьких індустріях: специфіка, аудиторії, канали	4	4	8	16
13	Міжкультурна комунікація у сфері культурного партнерства	4	4	6	14
14	Розробка PR-кампанії для культурного проєкту з міжнародною участю	4	4	6	14
15	Комунікаційний супровід мистецьких подій, виставок, фестивалів	4	4	6	14
4. Адвокація, конфлікти та управління культурними комунікаціями					
16	Адвокаційні кампанії у сфері культури та побудова професійних мереж	4	4	8	16
17	Вирішення конфліктів у публічній комунікації культурних інституцій	2	2	6	10
18	Міжнародна комунікація у сфері культурного менеджменту	2	2	6	10
19	Автономна діяльність у межах культурного комунікаційного проєкту	2	2	6	10
Підсумок за 4-м семестром		**30**	**30**	**60**	**120**
		58	**58**	**124**	**240**

Загальний обсяг 240 год., в тому числі:
Лекції – 58 год.
Практичні заняття – 58 год.
Самостійна робота – 124 год.

9. Рекомендована література

Тематичний блок 1. Теорії комунікації та PR у соціокультурному управлінні

Тема 1. Теорії соціальних комунікацій у контексті культурної політики

Основна література:

1. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: Підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 296 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php?ID=123456789/101

3. McQuail D., Deuze M. McQuail's Media and Mass Communication Theory: 7th ed. London: Sage, 2020. 672 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/mcquails-media-and-mass-communication-theory/book258377

Додаткова література:

1. Олефіренко О. М. Культурна дипломатія в системі публічної комунікації України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2023. № 1 (51). С. 25–31. DOI: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.51.3

2. Grincheva N. The past and future of cultural diplomacy. International Journal of Cultural Policy. 2023. Vol. 30, iss. 2. P. 172–191. DOI: https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2183949

Тема 2. PR як інструмент управління культурними процесами

Основна література:

1. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

2. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: стратегії та тактики: Підручник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 320 с. URL: http://dspace.ukma.edu.ua/handle/123456789/23457

3. Silverman D. A., Smith R. D. Strategic Planning for Public Relations: 7th ed. New York: Routledge, 2024. 614 p. URL: https://www.routledge.com/Strategic-Planning-for-Public-Relations/Smith/p/book/9781032391168

Додаткова література:

1. Баранов В. Соціальні комунікації в менеджменті та новітні технології на основі штучного інтелекту: точки перетину. Економічний аналіз. 2025. Т. 35, № 1. С. 1–9. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.01.001

2. Zerfass A., Hagelstein J. Strategic Communication in a Digital Age: European Perspectives. Cham: Springer, 2023. 320 p. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-24933-4

Тема 3. Етика та правові засади публічної комунікації у сфері культури

Основна література:

1. Іванов В. Ф., Сердюк В. Журналістська етика: Навчальний посібник. Київ: Центр вільної преси, 2006. 280 с.

2. Кодацька Н. О., Філатов В. В. Медіаправо: Навчальний посібник. Дніпро: УМСФ, 2024. 93 с. URL: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/6511/1/Медіаправо_посібник_Кодацька_Філатов.pdf

3. Fitzpatrick K., Bronstein C. Ethics in Public Relations: Responsible Advocacy: 3rd ed. Thousand Oaks: Sage, 2023. 256 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/ethics-in-public-relations/book259186

Додаткова література:

1. Олефіренко О. М. Етичні аспекти медіакомунікацій у культурному секторі. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2023. № 1 (51). С. 45–53. DOI: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.51.5

2. Parsons P. J. Ethics in Public Relations: A Guide to Best Practice: 4th ed. London: Kogan Page, 2022. 216 p. URL: https://www.koganpage.com/product/ethics-in-public-relations-9781398604780

Тема 4. Імідж культурної організації: принципи побудови та управління

Основна література:

1. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: Підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 296 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php?ID=123456789/101

3. Cornelissen J. Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice: 6th ed. London: Sage, 2023. 336 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/corporate-communication/book269418

Додаткова література:

1. Haider A., Gumenyuk O. The development of Ukrainian cultural policy in the context of Russian aggression against Ukraine. International Journal of Cultural Policy. 2023. Vol. 29, iss. 5. P. 1–17. DOI: https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2187053

2. Vecchi A., Silva E. S. Nation branding, cultural identity and political polarization. International Marketing Review. 2021. Vol. 38, iss. 1. P. 70–98. DOI: https://doi.org/10.1108/IMR-01-2019-0049

Тематичний блок 2. Комунікаційні практики в культурних індустріях

Тема 5. Аналіз медіапроцесів у соціокультурному середовищі

Основна література:

1. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: Підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 296 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php?ID=123456789/101

3. Deuze M. Media Work in the Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2024. 240 p. URL: https://www.politybooks.com/bookdetail?bookid=9781509558940

Додаткова література:

1. Безуглова В. Д. Соціальні медіа як інструмент комунікації з громадськістю у кризових ситуаціях: Дипломна робота. Кривий Ріг: КДПУ, 2023. 85 с. URL: http://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11838/Bezuhlova_V_D_2023.pdf

2. Castells M. Communication Power: 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2013. 624 p. URL: https://global.oup.com/academic/product/communication-power-9780199681938

Тема 6. Створення іміджевих матеріалів для культурних подій

Основна література:

1. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

2. Почепцов Г. Г. Візуальні комунікації: Навчальний посібник. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2022. 280 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/123456789/67890

3. Wilcox D. L., Cameron G. T., Reber B. H. Public Relations: Strategies and Tactics: 12th ed. Boston: Pearson, 2023. 432 p. URL: https://www.pearson.com/store/p/public-relations-strategies-and-tactics/P100001273173

Додаткова література:

1. Баранов В. Соціальні комунікації в менеджменті та новітні технології на основі штучного інтелекту: точки перетину. Економічний аналіз. 2025. Т. 35, № 1. С. 1–9. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.01.001

2. Tench R., Yeomans L. Exploring Public Relations: Global Strategic Communication: 5th ed. Harlow: Pearson, 2023. 560 p. URL: https://www.pearson.com/store/p/exploring-public-relations/P100001273174

Тема 7. Цифрові платформи як засіб просування культурного продукту

Основна література:

1. Іванов В. Ф., Мелещенко О. К. Сучасні комп'ютерні технології і засоби масової комунікації: аспекти застосування: Навчальний посібник. Київ: ІЗМН, 2006. 240 с.

2. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: Навчальний посібник. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2022. 300 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/123456789/67890

3. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media: 2nd ed. Amsterdam: Elsevier, 2023. 280 p. URL: https://www.elsevier.com/books/users-of-the-world-unite/9780128239780

Додаткова література:

1. Безуглова В. Д. Соціальні медіа як інструмент комунікації з громадськістю у кризових ситуаціях: Дипломна робота. Кривий Ріг: КДПУ, 2023. 85 с. URL: http://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11838/Bezuhlova_V_D_2023.pdf

2. Fuchs C. Digital Capitalism: Media, Communication and Society. New York: Routledge, 2023. 342 p. URL: https://www.routledge.com/Digital-Capitalism/Fuchs/p/book/9781032459202

Тема 8. Публічна комунікація державною мовою у сфері культури

Основна література:

1. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: Підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 296 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php?ID=123456789/101

3. Botan C. H. Strategic Communication Theory and Practice: The Cocreational Model. Hoboken: Wiley, 2023. 256 p. URL: https://www.wiley.com/en-us/Strategic+Communication+Theory+and+Practice-p-9781119892144

Додаткова література:

1. Олефіренко О. М. Роль державної мови в культурному брендингу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2023. № 1 (51). С. 45–53. DOI: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.51.5

2. Hallahan K. Public Relations and Strategic Communication in Multilingual Contexts. Journal of Public Relations Research. 2023. Vol. 35, iss. 4. P. 201–218. DOI: https://doi.org/10.1080/1062726X.2023.2192257

Тема 9. Адаптація комунікації до різних аудиторій у культурних індустріях

Основна література:

1. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

2. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: Навчальний посібник. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2022. 300 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/123456789/67890

3. L'Etang J. Public Relations in Global Cultural Contexts: 2nd ed. London: Routledge, 2023. 308 p. URL: https://www.routledge.com/Public-Relations-in-Global-Cultural-Contexts/LEtang/p/book/9780367349264

Додаткова література:

1. Безуглова В. Д. Соціальні медіа як інструмент комунікації з громадськістю у кризових ситуаціях: Дипломна робота. Кривий Ріг: КДПУ, 2023. 85 с. URL: http://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11838/Bezuhlova_V_D_2023.pdf

2. Kim J. N., Grunig J. E. Public Relations and Community Engagement. New York: Routledge, 2024. 280 p. URL: https://www.routledge.com/Public-Relations-and-Community-Engagement/Kim-Grunig/p/book/9781032384115

Тема 10. Планування професійної діяльності у межах культурного проєкту

Основна література:

1. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Підручник. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.

2. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: стратегії та тактики: Підручник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 320 с. URL: http://dspace.ukma.edu.ua/handle/123456789/23457

3. Austin E. W., Pinkleton B. E. Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns: 4th ed. New York: Routledge, 2023. 416 p. URL: https://www.routledge.com/Strategic-Public-Relations-Management/Austin-Pinkleton/p/book/9781032028019

Додаткова література:

1. Kovalchuk O. Intercultural Communication and Cross-Cultural Management in Ukraine. Kherson: KSAEU, 2021. 15 с. URL: https://dspace.ksaeu.kherson.ua/bitstream/handle/123456789/7252/INTERCULTURAL%20COMMUNICATION%20AND%20CROSS-CULTURAL%20MANAGEMENT%20IN%20UKRAINE.pdf

2. Verčič D., Tkalac Verčič A. Public Relations Metrics: Research and Evaluation: 2nd ed. New York: Routledge, 2023. 344 p. URL: https://www.routledge.com/Public-Relations-Metrics/Verčič-Tkalac-Verčič/p/book/9781032341965

Тематичний блок 3. Стратегічна комунікація та PR у культурному менеджменті

Тема 11. Етапи розробки комунікаційної стратегії для культурної інституції

Основна література:

1. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: Навчальний посібник. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2022. 300 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/123456789/67890

2. Doorley J., Garcia H. F. Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication: 5th ed. New York: Routledge, 2023. 430 p. URL: https://www.routledge.com/Reputation-Management/Doorley-Garcia/p/book/9780815366072

3. Argenti P. A. Strategic Corporate Communication in the Digital Age: 2nd ed. New York: McGraw-Hill, 2024. 352 p. URL: https://www.mheducation.com/highered/product/strategic-corporate-communication-digital-age-argenti/M9781260267792.html

Додаткова література:

1. Баранов В. Соціальні комунікації в менеджменті та новітні технології на основі штучного інтелекту: точки перетину. Економічний аналіз. 2025. Т. 35, № 1. С. 1–9. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.01.001

2. Holtzhausen D. R., Zerfass A. The Routledge Handbook of Strategic Communication: 2nd ed. New York: Routledge, 2023. 596 p. URL: https://www.routledge.com/The-Routledge-Handbook-of-Strategic-Communication/Holtzhausen-Zerfass/p/book/9781138591752

Тема 12. Комунікація в мистецьких індустріях: специфіка, аудиторії, канали

Основна література:

1. Холод О. М. Медіа й теорії соціальних комунікацій: Підручник. Київ: Інститут реклами, 2023. 409 с. URL: http://ir.kimu.edu.ua/handle/123456789/1235

2. Kolb B. M. Marketing for Cultural Organizations: New Strategies for Attracting Audiences: 4th ed. New York: Routledge, 2023. 202 p. URL: https://www.routledge.com/Marketing-for-Cultural-Organizations/Kolb/p/book/9780367140687

3. O'Reilly D., Kerrigan F. Marketing the Arts: A Fresh Approach: 2nd ed. New York: Routledge, 2024. 312 p. URL: https://www.routledge.com/Marketing-the-Arts/OReilly-Kerrigan/p/book/9780367898878

Додаткова література:

1. Haider A., Gumenyuk O. The development of Ukrainian cultural policy in the context of Russian aggression against Ukraine. International Journal of Cultural Policy. 2023. Vol. 29, iss. 5. P. 1–17. DOI: https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2187053

2. Hesmondhalgh D. The Cultural Industries: 5th ed. London: Sage, 2023. 568 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/the-cultural-industries/book269419

Тема 13. Міжкультурна комунікація у сфері культурного партнерства

Основна література:

1. Різун В. В. Міжкультурна комунікація: Навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 280 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/123456789/78901

2. Samovar L. A., Porter R. E., McDaniel E. R. Intercultural Communication: A Reader: 15th ed. Boston: Cengage Learning, 2023. 528 p. URL: https://www.cengage.com/c/intercultural-communication-a-reader-15e-samovar/9780357694121

3. Gudykunst W. B., Kim Y. Y. Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication: 5th ed. New York: McGraw-Hill, 2023. 416 p. URL: https://www.mheducation.com/highered/product/communicating-strangers-approach-intercultural-communication-gudykunst-kim/M9781260250930.html

Додаткова література:

1. Олефіренко О. М. Міжкультурна комунікація в культурному партнерстві. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2023. № 1 (51). С. 45–53. DOI: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.51.5

2. Zaharna R. S. Boundary Spanners of Humanity: A New Model for Global Public Relations. Oxford: Oxford University Press, 2023. 288 p. URL: https://global.oup.com/academic/product/boundary-spanners-of-humanity-9780190930271

Тема 14. Розробка PR-кампанії для культурного проєкту з міжнародною участю

Основна література:

1. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: стратегії та тактики: Підручник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 320 с. URL: http://dspace.ukma.edu.ua/handle/123456789/23457

2. Gregory A. Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach: 5th ed. London: Kogan Page, 2023. 224 p. URL: https://www.koganpage.com/product/planning-and-managing-public-relations-campaigns-9781398602595

3. Sriramesh K., Verčič D. The Global Public Relations Handbook: 4th ed. New York: Routledge, 2023. 366 p. URL: https://www.routledge.com/The-Global-Public-Relations-Handbook/Sriramesh-Verčič/p/book/9780367370138

Додаткова література:

1. McLean N. Persuasion, positioning and issue framing: a cross-cultural comparison of British, German and Slovak political discourse relating to the Ukraine conflict. Language Teaching Research. 2025. Vol. 29, iss. 1. P. 100–120. DOI: https://doi.org/10.1080/14708477.2025.2480572

2. Freitag A. R., Stokes A. Q. Global Public Relations: Spanning Borders, Spanning Cultures: 2nd ed. New York: Routledge, 2023. 328 p. URL: https://www.routledge.com/Global-Public-Relations/Freitag-Stokes/p/book/9780367348038

Тема 15. Комунікаційний супровід мистецьких подій, виставок, фестивалів

Основна література:

1. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: стратегії та тактики: Підручник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 320 с. URL: http://dspace.ukma.edu.ua/handle/123456789/23457

2. Rentschler R. Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences: 3rd ed. New York: Routledge, 2023. 264 p. URL: https://www.routledge.com/Museum-Marketing-and-Strategy/Rentschler/p/book/9781138391420

3. Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. Events Management: 4th ed. New York: Routledge, 2023. 496 p. URL: https://www.routledge.com/Events-Management/Bowdin-Allen-OTool-Harris-McDonnell/p/book/9780367491864

Додаткова література:

1. Haider A., Gumenyuk O. The development of Ukrainian cultural policy in the context of Russian aggression against Ukraine. International Journal of Cultural Policy. 2023. Vol. 29, iss. 5. P. 1–17. DOI: https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2187053

2. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events: 5th ed. New York: Routledge, 2024. 576 p. URL: https://www.routledge.com/Event-Studies/Getz/p/book/9781032413631

Тематичний блок 4. Адвокація, конфлікти та управління культурними комунікаціями

Тема 16. Адвокаційні кампанії у сфері культури та побудова професійних мереж

Основна література:

1. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: стратегії та тактики: Підручник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 320 с. URL: http://dspace.ukma.edu.ua/handle/123456789/23457

2. Johnston J., Sheehan M. Public Relations: Theory and Practice: 5th ed. New York: Routledge, 2023. 472 p. URL: https://www.routledge.com/Public-Relations-Theory-and-Practice/Johnston-Sheehan/p/book/9780367276683

3. Edwards L. Understanding Public Relations: Theory, Culture and Society. London: Sage, 2023. 320 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/understanding-public-relations/book269420

Додаткова література:

1. Олефіренко О. М. Побудова професійних мереж у культурному менеджменті. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2023. № 1 (51). С. 45–53. DOI: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.51.5

2. Molleda J. C., Kochhar S. Global and Multicultural Public Relations. Hoboken: Wiley, 2023. 272 p. URL: https://www.wiley.com/en-us/Global+and+Multicultural+Public+Relations-p-9781118673966

Тема 17. Вирішення конфліктів у публічній комунікації культурних інституцій

Основна література:

1. Баранов В. Соціальні комунікації в менеджменті та новітні технології на основі штучного інтелекту: точки перетину. Економічний аналіз. 2025. Т. 35, № 1. С. 1–9. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.01.001

2. Coombs W. T. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding: 6th ed. Thousand Oaks: Sage, 2023. 256 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/ongoing-crisis-communication/book269421

3. Grunig J. E., Dozier D. M. Excellence in Public Relations and Communication Management: 3rd ed. New York: Routledge, 2023. 680 p. URL: https://www.routledge.com/Excellence-in-Public-Relations-and-Communication-Management/Grunig-Dozier/p/book/9780367486754

Додаткова література:

1. McLean N. Persuasion, positioning and issue framing: a cross-cultural comparison of British, German and Slovak political discourse relating to the Ukraine conflict. Language Teaching Research. 2025. Vol. 29, iss. 1. P. 100–120. DOI: https://doi.org/10.1080/14708477.2025.2480572

2. Ulmer R. R., Sellnow T. L., Seeger M. W. Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity: 5th ed. Thousand Oaks: Sage, 2023. 240 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/effective-crisis-communication/book269422

Тема 18. Міжнародна комунікація у сфері культурного менеджменту

Основна література:

1. Різун В. В. Міжкультурна комунікація: Навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 280 с. URL: http://library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/123456789/78901

2. Banks S. P. Multicultural Public Relations: A Social Interpretive Approach: 3rd ed. New York: Routledge, 2023. 192 p. URL: https://www.routledge.com/Multicultural-Public-Relations/Banks/p/book/9780367268350

3. Curtin P. A., Gaither T. K. International Public Relations: Negotiating Culture, Identity, and Power: 2nd ed. Thousand Oaks: Sage, 2023. 320 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/international-public-relations/book269423

Додаткова література:

1. Олефіренко О. М. Міжнародна культурна співпраця: комунікаційні виклики. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2023. № 1 (51). С. 45–53. DOI: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.51.5

2. Zaharna R. S. Global Public Relations: A Cultural Perspective. Oxford: Oxford University Press, 2023. 288 p. URL: https://global.oup.com/academic/product/global-public-relations-9780197518038

Тема 19. Автономна діяльність у межах культурного комунікаційного проєкту

Основна література:

1. Кодацька Н. О., Філатов В. В. Медіаправо: Навчальний посібник. Дніпро: УМСФ, 2024. 93 с. URL: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/6511/1/Медіаправо_посібник_Кодацька_Філатов.pdf

2. Austin E. W., Pinkleton B. E. Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns: 4th ed. New York: Routledge, 2023. 416 p. URL: https://www.routledge.com/Strategic-Public-Relations-Management/Austin-Pinkleton/p/book/9781032028019

3. Verčič D., Tkalac Verčič A. Public Relations Metrics: Research and Evaluation: 2nd ed. New York: Routledge, 2023. 344 p. URL: https://www.routledge.com/Public-Relations-Metrics/Verčič-Tkalac-Verčič/p/book/9781032341965

Додаткова література:

1. Kovalchuk O. Intercultural Communication and Cross-Cultural Management in Ukraine. Kherson: KSAEU, 2021. 15 c. URL: https://dspace.ksaeu.kherson.ua/bitstream/handle/123456789/7252/INTERCULTURAL%20COMMUNICATION%20AND%20CROSS-CULTURAL%20MANAGEMENT%20IN%20UKRAINE.pdf

2. Heath R. L., Waymer D. Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges: 3rd ed. Thou sand Oaks: Sage, 2024. 424 p. URL: https://us.sagepub.com/en-us/nam/strategic-issues-management/book269424