

Перелік
вибіркових освітніх компонентів для здобувачів вищої освіти Харківської
державної академії культури спеціальності
027 Музеєзнавство, пам'яткознавство
перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
на 2025/2026н.р.

| № з/п | Назва курсу за вибором | Освітній рівень, курс | Кредити і ECTS | Форма контролю | Мета або короткий опис дисципліни//посилання на силабус | ПІБ викладача |
|-------|----------------------------|-----------------------|----------------|----------------|---|---------------|
| 1 | Тренінг з медіаграмотності | Б, 2 курс | 3-4 | Залік | Курс спрямований на формування критичного мислення щодо медіасфери в інтерактивній формі | Маркова В.А. |
| 2 | Основи журналістики | Б, 3 курс | 3-4 | Залік | Курс передбачає формування первинного уявлення щодо журналістського фаху, місця журналістики в системі масових комунікацій; оволодіння технологією підготовки журналістських матеріалів у різних жанрах. | Маркова В.А. |
| 3 | ПРАКТИКУМ З SMM | Б, 4 курс | 3-4 | Залік | У ході вивчення курсу студенти оволодівають основами маркетингу в соціальних мережах; знайомляться з особливостями просування продуктів та послуг в різних соціальних мережах, вчаться налаштовувати таргетовану рекламу, створювати контент та креатив для соціальних мереж, розробляти стратегію SMM. Оволодіння матеріалом відбувається в інтерактивній формі. | Маркова В.А. |

| | | | | | | |
|----|---|----------------------------------|-----|-------|--|--------------|
| 4. | Сучасні релігійні течії | I. бакалавр, 3 курс. 6 семестр | 3 | Залік | Мета – вивчити сучасні релігійні рухи. | Панков Г.Д. |
| 5. | Культура самопрезентації | Перший (бакалаврський), 2-4 курс | 3-4 | Залік | Мета курсу – висвітлити теоретичні аспекти культури самопрезентації, сформувати у здобувачів вищої освіти уміння та навички самопрезентації в професійному середовищі, публічному та Інтернет-просторі. | Жигайло М.О. |
| 6. | Стріт-арт як культурний феномен | Перший (бакалаврський), 2-4 курс | 3-4 | Залік | Мета курсу – забезпечити інтегрований результат, пов'язаний із осмисленням стріт-арту як культурно-мистецького феномену, його ролі в генезі культурного ландшафту міста та суспільної свідомості. | Жигайло М.О. |
| 7. | Молодіжні субкультури: сер. ХХ – поч. ХХІ ст. | Перший (бакалаврський), 2-4 курс | 3-4 | Залік | Мета курсу – висвітлити теоретичні аспекти молодіжних субкультур у кін. ХХ – поч. ХХІ ст., сформувати у здобувачів вищої освіти уміння та навички критичного аналізу субкультури на сучасному етапі цивілізаційного поступу. | Жигайло М.О. |
| 8. | Територіальний брендинг: міста | Перший (бакалаврський), 2-4 курс | 3-4 | Залік | Мета курсу – сформувати у здобувачів освіти уміння виявляти та оцінювати ефективні моделі функціонування та промоції міст. | Жигайло М.О. |
| 9. | Масова культура у світовому | Перший (бакалаврський) | 3-4 | Залік | Мета курсу – забезпечити | Жигайло М.О. |

| | | | | | | |
|----|----------------------------------|--|-----------|----------------|---|-----------------|
| | культурному просторі | ий), 2-4 курс | | | інтегрований результат, пов'язаний із розумінням ролі та впливу масової культури на суспільство. | |
| 10 | Риторика та спічрайтинг | перший (бакалаврський) 2 курс 3 курс | 3,0 | Залік | Курс є вибірковою компонентом освітньої програми та передбачає вивчення головних складників риторики з метою формування системи знань і навичок щодо підготовки й проведення публічних виступів, написання текстів для промов, підвищення рівня комунікативної успішності бакалаврів. | Куликова О.М. |
| 11 | Практикум із сторітелінгу | перший (бакалаврський) 3 курс 4 курс | 3,0-4,0 | Залік | Курс знайомить студентів із основами та інструментами сторітелінгу. Вивчення курсу сприяє формуванню системи знань, вмінь і навичок створення історій та їх творчої розповіді, подачі інформації, оформленої в цікаву історію відповідно до потреб аудиторії. | Куликова О.М. |
| 12 | Практикум із креативного читання | перший (бакалаврський) 2 курс 3 курс 4 курс | 4,0 | Залік | Курс «Практикум із креативного читання» знайомить студентів із специфікою креативного читання. Вивчення курсу сприяє формуванню навички вдумливого, критичного, креативного читання. | Куликова О.М. |
| 13 | Копірайтинг | I бакалавр | 3,0 – 4,0 | Екзамен/ залік | Курс присвячено ознайомленню із основними принципами роботи з | Мартюхіна К. В. |

| | | | | | | |
|----|------------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|---|-----------------|
| | | | | | <p>текстами. Під час навчання студенти дізнаються з яких етапів складається робота над текстовими повідомленнями та навчаються створювати слогани, маніфести та неймінги.</p> | |
| 14 | Інтерактивні диджиталпроекти | I бакалавр | 3,0 – 4,0 | Екзаме н/ залік | <p>Курс присвячено ознайомленню з основними етапами створення діджиталпроектів. Під час навчання студенти дізнаються з яких етапів складається створення діджитал комунікацій, навчаються створювати візуальні матеріали та прописувати механізми реалізації цих ідей. Одним з основних елементів курсу є оформлення власних проектів у портфоліо, яке можна буде в подальшому використовувати.</p> | Мартюхіна К. В. |
| 15 | Креатив у рекламі | Бакалавр 3, 4 курс | 4 20 л. 20 пр | Залік | <p>Мета: Курс присвячено розвитку креативного мислення. Зокрема студенти ознайомлюються з: сутнісними ознаками креативу, специфікою управління креативними процесами в рекламі, техніками пошуку</p> | Булах Т. Д. |

| | | | | | | |
|----|--|-----------------------|---|-------|--|-------------|
| | | | | | креативних рішень. | |
| 16 | Іміджологія | Бакалавр 3, 4 курс | 3 | Залік | Мета: У межах курсу студенти ознайомлюються з: сутнісними характеристиками іміджу та його функціями; типами іміджу (колективний, індивідуальний, товарний); складовими особистого іміджу: габітарного, кінетичного невербального тощо іміджу; основними принципами та закономірностями формування іміджу та стилю; специфікою формування іміджу товару/послуги, особливостями зовнішнього та внутрішнього іміджу держави | Булах Т. Д. |
| 17 | Етика рекламної та PR діяльності | Бакалавр 3, 4 курс | 3 | Залік | Мета: У процесі опанування курсу студенти вивчають основні принципи і фактори професійної етики; правила поведінки рекламіста; норми законодавчого регулювання рекламної та PR-діяльності в Україні та зарубіжних країнах | Булах Т. Д. |
| 18 | Теорія та практика подкастингу | Бакалавр 3, 4 курс | 3 | Залік | Мета: Ознайомлення студентів з основними видами подкастів та правилами їх створення. Набуття навичок подкастотворення | Булах Т.Д. |
| 19 | Наукові тексти: специфіка та презентація | Бакалавр 4 курс | 4 | Залік | Мета: здобуття теоретичних знань та набуття практичних | Булах Т.Д. |

| | | | | | | |
|----|---|------------|---|---------|--|--------------|
| | | | | | навичок, необхідних для здійснення та презентації наукових досліджень. | |
| 20 | Теорія та практика PR-діяльності | I бакалавр | 3 | Залік | Мета - Надати студентам знання і розвинути навички роботи із інструментами PR-комунікації задля формування фахових компетенцій для реалізації PR-діяльності, розбудови інформаційних кампаній, окремих проєктів, акцій на замовлення зацікавлених сторін задля розбудови сталих відносин між учасниками суспільної взаємодії (представниками державних, комерційних, громадських та інших структур). | Зіненко О.Д. |
| 21 | Теорія та практика зв'язків з громадськістю | I бакалавр | 4 | Екзамен | Мета - Надати слухачам комплексне розуміння теоретичних основ і практичних інструментів діяльності із зв'язків з громадськістю, щоб вони могли фахово здійснювати ефективну комунікацію із суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та налагоджувати взаємодію із засобами масової інформації. | Зіненко О.Д. |
| 22 | Модерування інформаційних та просвітницьких | I бакалавр | 3 | Залік | Мета - Надати слухачам розуміння та інструменти | Зіненко О.Д. |

| | | | | | | |
|----|------------|------------|-----|-------|--|--------------|
| | заходів | | | | <p>модерування інформаційних та просвітницьких заходів як живої редакції, розвинути практичні навички добору інформації, створення плану, володіння етикою ведення дискусії. Усвідомлене та ефективне модерування заходів є важливим в журналістській, просвітницькій, культурній та рекламно-інформаційній діяльності. Як працювати з темою заходу, добирати інформацію і структурувати робочий план? Хто такий модератор — яскрава особистість чи сірий кардинал, які його повноваження та зобов'язання? В курсі розглянемо види інформаційних та просвітницьких заходів, в тому числі ток-шоу та онлайн-конференції, познайомимося з принципами фасилітації, добору експертів. Під час практичних занять потренуємо навички імпровізації, розберемося із стратегічними і тактичними цілями модерації та підготуємо креативний просвітницький захід.</p> | |
| 23 | Українська | I бакалавр | 3,0 | Залік | Мета – формування | Александрова |

| | | | | | | |
|----|--|--------------|-----|-------|--|-----------------|
| | культура: травматичний досвід | | | | здатностей зберігати та примножувати культурні цінності і досягнення українського суспільства на основі розуміння його історії та закономірностей розвитку. Курс зосереджено на поглибленому вивченні травматичних подій української історії, їх аналізі та виявленні взаємозв'язку з соціокультурними процесами сучасності. | М.В. |
| 24 | Етнокультурологія | 2-4 бакалавр | 3-4 | залік | Мета курсу – на прикладі різноманітних культурних форм та процесів проаналізувати специфіку соціальної та історичної динаміки етнічності, а також форми та способи етнокультурної ідентифікації | Кравченко О. В. |
| 25 | Культурна антропологія | 2-4 Бакалавр | 3-4 | залік | Мета курсу – критичний огляд антропологічних концепцій культури, а також аналіз актуальних аспектів їх застосування щодо усвідомлення сучасних культурних процесів. | Кравченко О. В |
| 26 | Візуалізація: соціально- культурна актуальність | 2-4 Бакалавр | 3-4 | залік | Мета курсу — формування здатностей аналізувати роль різних культурних акторів та агентів процесу візуалізації, встановлювати ступінь актуальності етнічних, | Марційчук Ю.І. |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | політичних, історичних її аспектів. | |
| | | | | | | |