

Перелік
Вибіркових освітніх компонентів для здобувачів вищої освіти
Харківської державної академії культури спеціальності
В12 Культурологія
перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
на 2025/2026 н.р.

№ з/п	Назва курсу за вибором	Освітній рівень, курс	Кредити ECTS	Форма контролю	Мета або короткий опис дисципліни//посилання на силабус	ПІБ викладача
1.	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, вчать налаштовувати таргетовану рекламу, створювати контент та креатив для соціальних мереж, розробляти стратегію SMM..	Маркова В.А.
2.	Культура самопрезентації	Перший (бакалаврський), 2-4 курс	3-4	Залік	Мета курсу – висвітлити теоретичні аспекти культури самопрезентації, сформулювати у здобувачів вищої освіти вміння та навички самопрезентації в професійному середовищі, публічному та Інтернет-просторі.	Жигайло М.О.
3.	Стріт-арт як культурний	Перший (бакалаврський)	3-4	Залік	Мета курсу – забезпечити	Жигайло М.О.

	феномен), 2-4 курс			інтегрований результат, пов'язаний із осмисленням стріт-арту як культурно-мистецького феномену, його ролі в генезі культурного ландшафту міста та суспільної свідомості.	
4.	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., сформувані у здобувачів вищої освіти уміння та навички критичного аналізу субкультури на сучасному етапі цивілізаційного поступу.	Жигайло М.О.
5.	Територіальний брендинг: міста	Перший (бакалаврський), 2-4 курс	3-4	Залік	Мета курсу – сформувані у здобувачів освіти уміння виявляти та оцінювати ефективні моделі функціонування та промоції міст.	Жигайло М.О.
6	Масова культура у світовому культурному просторі	Перший (бакалаврський), 2-4 курс	3-4	Залік	Мета курсу – забезпечити інтегрований результат, пов'язаний із розумінням ролі та впливу масової культури на суспільство.	Жигайло М.О.
7.	Риторика та спічрайтинг	перший (бакалаврський) 2 курс 3 курс	3,0	Залік	Курс є вибіркоким компонентом освітньої програми та передбачає вивчення головних складників риторики з метою формування системи знань і навичок щодо підготовки й	Куликова О.М.

					проведення публічних виступів, написання текстів для промов, підвищення рівня комунікативної успішності бакалаврів.	
8.	Художній репортаж у сучасному медіапросторі	перший (бакалаврський) 3 курс	3,0	Залік	Курс знайомить студентів із традиціями та сучасними тенденціями в жанрі художній репортаж. Вивчення курсу сприяє формуванню системи знань, вмінь і навичок аналізу та створення матеріалів в жанрі художнього репортажу.	Куликова О.М.
9.	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.
10	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.
11	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>	
12	Інтерактивні диджиталпроекти	I бакалавр	3,0 – 4,0	Екзамен/ 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 портфолію, яке можна буде в подальшому використовувати.</p>	Мартюхіна К. В.
13	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.	
14	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.
15	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.
16	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.

17	Наукові тексти: специфіка та презентація	Бакалавр 4 курс	4	Залік	Мета: здобуття теоретичних знань та набуття практичних навичок, необхідних для здійснення та презентації наукових досліджень.	Булах Т.Д.
18	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.
19	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	Зіненко О.Д.

					налагоджувати взаємодію із засобами масової інформації.	
20	Модерування інформаційних та просвітницьких заходів	I бакалавр	3	Залік	<p>Мета - Надати слухачам розуміння та інструменти 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, познайомимось з принципами фасилітації, добору експертів. Під час практичних занять</p>	Зіненко О.Д.

					потренуємо навички імпровізації, розберемося із стратегічними і тактичними цілями модерації та підготуємо креативний просвітницький захід.	
21	Українська культура: травматичний досвід	I бакалавр	3,0	Залік	Мета – формування 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.	Александров а М.В.
22	Концепції націй та культурні практики націоналізму.	4 бакалавр	4	Залік	Курс спрямований на усвідомлення націоналізму в контексті сучасних соціальних теорій, а також політичних та культурних практик	Кравченко О. В.
23	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, політичних,	Марційчук Ю.І.

					історичних її аспектів.	
--	--	--	--	--	----------------------------	--