

Перелік
вибіркових освітніх компонентів для здобувачів вищої освіти Харківської
державної академії культури спеціальностей
021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво,
024 Хореографія, 025 Музичне мистецтво,
026 Сценічне мистецтво
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 сила бус	ПІБ викладача
1.	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.
2	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.
3	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	Жигайло М.О.

					поступу.	
4	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.
5	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.
6	Риторика та спічрайтинг	перший (бакалаврський) 2 курс 3 курс	3,0	Залік	Курс є вибіркоvim 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.
7.	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.
8.	Практикум із креативного читання	перший (бакалаврський) 2 курс	4,0	Залік	Курс «Практикум із креативного читання» знайомить студентів із специфікою креативного читання.	Куликова О.М.

		3 курс 4 курс			Вивчення курсу сприяє формуванню навички вдумливого, критичного, креативного читання.	
9.	Копірайтинг	I бакалавр	3,0 – 4,0	Екзаме н/ залік	Курс присвячено ознайомленню із основними принципами роботи з текстами. Під час навчання студенти дізнаються з яких етапів складається робота над текстовими повідомленнями та навчаються створювати слогани, маніфести та неймінги.	Мартюхіна К. В.
10	Інтерактивні диджиталпроекти	I бакалавр	3,0 – 4,0	Екзаме н/ залік	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.	Мартюхіна К. В.
11	Креатив у рекламі	Бакалавр 3, 4 курс	4 20 л. 20 пр	Залік	Мета: Курс присвячено розвитку креативного мислення. Зокрема	Булах Т. Д.

					студенти ознайомлюються з: сутнісними ознаками креативу, специфікою управління креативними процесами в рекламі, техніками пошуку креативних рішень.	
12	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.
13	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.
14	Теорія та практика подкастингу	Бакалавр 3, 4 курс	3	Залік	Мета: Ознайомлення студентів з основними видами подкастів та	Булах Т.Д.

					правилами їх створення. Набуття навичок подкастотворення	
15	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.
16	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.
17	Теорія та практика зв'язків з громадськістю	I бакалавр	4	Екзаме н	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	Зіненко О.Д.

					взаємодію із засобами масової інформації.	
18	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 ефективно 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</p>	Зіненко О.Д.

					просвітницький захід.	
19	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.
20	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.
21	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
22	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.	
--	--	--	--	--	--	--