

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
Український католицький університет


ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Медіакомунікації»

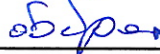
Другого рівня вищої освіти
за спеціальністю №061 Журналістика
галузь знань № 06 Журналістика
Кваліфікація: Магістр із медіакомунікацій



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

 Голова Вченої ради
/ Т. Добко /
(протокол № 7 від "25" квітня 2018 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2018 р.

Ректор  / о. Б. Прах /
(наказ № 219-о від "14" травня 2018 р.)

Львів 2018

ПЕРЕДМОВА

**Розроблено робочою групою
(науково-методичною комісією спеціальності №061 «Журналістика») у складі:**

Зражевська Н.І. доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри медіакомунікацій УКУ;

Романюк В.С. кандидат культурології, доцент кафедри медіакомунікацій УКУ;

Титаренко М.О. кандидат із соціальних комунікацій, доцент кафедри медіакомунікацій УКУ;

Баловсяк Н.В. кандидат педагогічних наук, доцент кафедри медіакомунікацій УКУ.

**ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
№ 061 «ЖУРНАЛІСТИКА» ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ»
(дійсний 2018-2020 н.р.)**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Вищий навчальний заклад «Український католицький університет», факультет суспільних наук, кафедра медіакомунікацій
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр із медіакомунікацій
Офіційна назва освітньої програми	«Медіакомунікації»
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України Акредитаційна комісія Україна Термін дії сертифіката про акредитацію до 1 липня 2020 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра чи магістра будь-якої спеціальності; диплома спеціаліста
Мова (-и) викладання	Українська, деякі предмети – англійська
Термін дії освітньої програми	До 1 липня 2020 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 – Мета освітньої програми	
	Підготувати фахівців, які здатні застосовувати здобуті знання із теорії медіакомунікацій, нових медій та комунікативних технологій для роботи в комунікативному секторі цифрового та мультимедійного ринку в Україні та за її межами.
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область(галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Об'єкти вивчення або діяльності: комунікативістика (наука про соціальні комунікації), візуальні комунікації, теорія медій, медіавиробництво, комунікативні та цифрові технології. Цілі навчання: підготувати студента до реалізації науково-дослідної, аналітичної, управлінської та прикладної діяльності у сфері комунікативістики та медій.

	<p>Має володіти основними методами, методиками й технологіями, що застосовуються у комунікативній сфері, медіааналітиці, цифрових індустріях та управлінні.</p> <p>Медіакомунікації, міждисциплінарний. Дотичні – журналістика, медіааналітика, аналітика соціальних мереж, візуалізація даних, мультимедійні технології, медіаменеджмент.</p> <p>Знання іноземної – англійської – обов'язкове. Комунікативістика та теорія медій – 60 %; дотичні – 26 %; іноземна мова – 14 %.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма (магістр) Практична підготовка до роботи у сфері медій та комунікацій.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Здійснюється загальна підготовка у сфері нових медій, цифрових індустрій та управлінні для роботи у комунікативному секторі цифрового та мультимедійного ринку. Здобуття сучасних, актуальних, науково верифікованих знань. Фокуси програми – цифрові та візуальні медії.
Особливості програми	Практично-професійна підготовка (практично орієнтовані вибіркові курси, виробнича практика різної специфіки; літні школи та закордонні стажування). Викладачами Програми є практики, які визнані експертами у своїх галузях. Студенти програми можуть відвідувати відкриті лекції відомих експертів. Деякі курси Програми викладають англійською мовою.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робота у сфері медій і комунікацій: в аналітичних та цифрових відділах новинних, креативних, рекламних агенцій та PR-компаній, у відділах комунікацій державних та приватних бізнес-структур, у відділах моніторингу та медіааналітики інтернет-маркетингових та маркетингових компаній, а також у вищих навчальних закладах. Випускники можуть працювати за професіями згідно з Національним класифікатором професій ДК 003:2010: 2451.2 Журналіст мультимедійних видань засобів масової інформації 2149.2 Аналітик комунікацій (крім комп'ютерів) 2433.2 Аналітик консолідованої інформації 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій 3114 Фахівець інфокомунікацій 2452.2 Дизайнер мультимедійних об'єктів 3471 Дизайнер-виконавець мультимедійних об'єктів 2451.2 Журналіст мультимедійних видань засобів масової інформації 2451.2 Редактор мультимедійних видань засобів масової інформації

	<p>2149.2 Технолог електронних мультимедійних видань 3439 Фахівець з інтерв'ювання 3472 Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації) 1229.6 Директор програм (радіотелевізійних) 2455.2 Режисер радіомовлення 1210.1 Головний редактор газети, журналу 2451.2 Журналіст 2419.2 Консультант із маркетингу 1475.4 Менеджер (управитель) із маркетингу</p>
Подальше навчання	<p>Магістр із медіакомунікацій може продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні у сфері комунікативістики та суміжних сферах вищої освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Викладання спрямоване на формування конкурентоспроможних фахівців та має такі особливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> • висококваліфікований професорсько-викладацький склад; • залучення до викладання провідних фахівців-практиків, які мають досвід роботи у відповідній сфері; • мотивація студентів до розроблення та втілення власних медіапроектів; • міжнародна співпраця із профільними університетами та науковими центрами. <p>Викладання відбувається із застосуванням активних методів навчання (дискусії, бесіди, презентації, метод проектів, моделювання професійних ситуацій, індивідуальна дослідницька робота, проведення «круглих столів» тощо).</p>
Оцінювання	<p>Система оцінювання навчальних досягнень студентів Програми ґрунтується на аналізованні знань та компетенцій, здійснюється за 100-бальною рейтинговою системою відповідно до Положення Українського католицького університету «Про порядок оцінювання знань студентів при предметно-модульній системі організації навчального процесу». Критерії оцінювання знань і умови визначення навчального рейтингу з кожної дисципліни затверджує кафедра і студентів ознайомлюють з ними на першому занятті. Система оцінювання включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Письмові екзамени та заліки (у тестовій формі, щоб об'єктивізувати процес оцінювання, у формі есею, аналітичної письмової роботи); • Усні екзамени та заліки (у формі дискусії, презентації, демонстрації розробленого медіапроекту тощо); • Оцінку ефективності практики (докладний відгук керівників про роботу студента); • Захист магістерської роботи або проекту. Державна атестація на здобуття магістра з медіакомунікацій в Українському католицькому університеті відбувається як захист магістерської дипломної роботи або магістерського дипломного проекту під керівництвом наукового керівника з університету й консультанта з медіаустанови. <p>Державну атестацію випускників здійснює Державна екзаменаційна комісія Українського католицького університету.</p>

	Умова допуску студента до захисту магістерської кваліфікаційної роботи – виконання навчального плану в повному обсязі.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані та наукові (дослідні) завдання та практичні проблеми у сфері соціальних комунікацій, медіааналітики та впроваджувати їх, що передбачає застосування медіатеорій та методів аналізування медій, інформаційних технологій, проектного менеджменту.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>1. Здатність до аналітики і критичного мислення. Здатність комплексно аналізувати процеси та наративи в контексті сучасного комунікативного дискурсу; критично сприймати інформацію і верифікувати її; шукати аргументи та контраргументи у дискурсі, всебічно оцінювати ситуації, шукати першоджерела й розуміти контекст; випрацювати самокритичність.</p> <p>2. Здатність до інновацій і креативності. Здатність генерувати нові ідеї та нестандартні підходи до їх реалізації. Творчий підхід, гнучкість, апробація нових ідей, теорій, технологій у вирішення проблеми чи виконання поставлених завдань. Здатність мислити нестандартно (out of the box) і пояснювати інноваційні підходи колегам. Когнітивна гнучкість. Здатність працювати з художніми форматами медій.</p> <p>3. Здатність до ініціювання і управління проектами/змінами/ресурсами. Здатність розробляти проекти й управляти ними; ініціювати, планувати зміни та управляти ними, щоб вдосконалити чинні та розробляти нові медійні системи; здатність управляти різнобічною комунікацією. Вміння впливати в середовищах, знаходити спільну мову з колегами, вибудовувати якісну співпрацю, координувати роботу. Здатність формулювати судження й ухвалювати рішення. Здатність визначати потреби клієнтів та замовників, створювати проекти та керувати ними.</p> <p>4. Здатність порушити проблему й комплексно її розв'язати. Здатність фахово проаналізувати проблемне поле, виокремити конкретну проблему, дослідити її, поставити мету, визначити завдання, етапи для його розв'язання, вміти залучати релевантні джерела, верифікувати рішення в експертів на окремих етапах, залучати необхідних фахівців чи організації до процесу вирішення проблеми, представляти і впроваджувати результати.</p> <p>5. Здатність до командної роботи. Навички роботи в команді. Вміння організувати роботу в команді, розуміти всі етапи командної роботи, координувати дії з іншими. Корпоративні, інтегральні комунікації. Командоутворення і вибудова комунікації із врахуванням особливостей колективів і етичних кодексів редакцій/компаній із врахуванням прав і обов'язків учасників команди.</p> <p>6. Здатність до соціальної відповідальності. Здатність враховувати інтереси й запити цільової аудиторії, здатність діяти згідно із правовими нормами та моральними канонами, здатність допомагати іншим, здатність діяти в інтересах суспільства і задовольняти потреби споживачів відповідно до професійних стандартів. Нести відповідальність за використання фахових</p>

	<p>інструментів. Розуміти та враховувати етичні чинники професії.</p> <p>7. Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної (проектної) роботи та працювати в міжнародному контексті.</p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність розуміти та використовувати сучасні теорії, методології і методи соціальних комунікацій й інших наук стосовно завдань фундаментальних і прикладних досліджень у медійній сфері. 2. Уміння застосовувати критичне мислення та технології медіааналізу, володіти технологіями цифрової безпеки (розуміти принципи та володіти інструментами кібербезпеки), застосовувати принципи медіаправа. 3. Здатність виявляти закономірності та професійно діагностувати, прогнозувати, проектувати та моделювати комунікаційні процеси в публічній сфері та бізнесі. 4. Здатність налагоджувати комунікацію із представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей/видів економічної діяльності), налагоджувати взаємодію державних, громадських і комерційних організацій, працювати з інформацією як засобом публічного врядування. 5. Розуміти основи медіаекономіки та бути здатним створити власний конкурентний медіапроект (здатність аналізувати та прогнозувати медіаринок); здатність управляти медіапроектом (організовувати командну роботу, ініціювати командоутворення, сприяти груповій мотивації, фасилітувати процеси прийняття групових рішень). 6. Застосовувати онлайн-інструменти для маркетингової діяльності. Визначати сегментацію цільової аудиторії, аналізувати структуру попиту та пропозиції, застосовувати просування контенту (уміння розробляти social media marketing стратегії). 7. Уміння застосовувати цифрові інструменти пошуку інформації, працювати з відкритими даними (здатність до пошуку, опрацювання та аналізування інформації з різних джерел). 8. Здатність до використання технологій візуалізації для здійснення професійної діяльності (уміння застосовувати мультимедійні технології, програми та інструменти графічної візуалізації, інтерактивний дизайн). 9. Здатність створювати тексти й документи, що використовують в онлайн-медіях, PR і рекламі, редагувати та писати рекламні повідомлення (копірайтинг). 10. Навички організації усіх етапів медіааналітичного дослідження від написання концепції до формування та представлення звіту. 11. Уміння формувати напрями комунікації зі створення, зміцнення та просування бренду чи рекламного продукту. 12. Розуміння специфіки функціонування різних типів та форматів медій (телебачення, радіо, друковані та онлайн-ЗМІ). Загальна медіаграмотність.
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	

1. Знання сучасних медійних теорій, методів соціальних комунікацій та уміння проводити дослідження у сфері медій та комунікацій.
2. Уміння аналізувати процеси, наративи сучасного комунікативного дискурсу та прогнозувати тренди.
3. Уміння всебічно оцінювати ситуацію та проблематику, шукати першоджерела, аналізувати отриману інформацію, виокремлювати основне, розуміти контекст, інтерпретувати отримані дані.
4. Навички щодо генерації нових ідей та підходів до вирішення проблем, в тому числі в умовах невизначеності.
5. Уміння, пов'язані з управлінням проектами: побудова послідовності завдань, щоб реалізувати проект, визначення критеріїв реалізації проекту, контроль етапів реалізації, гнучкість у плануванні.
6. Навички командної роботи, взаємодія між співвиконавцями та координування командної роботи.
7. Здатність аналізувати ринок, розуміти запити клієнтів та замовників.
8. Знання основ медіаправа й уміння здійснювати професійну діяльність відповідно до законодавства.
9. Знання цифрових, кіберзагроз та уміння уникати їх у професійній діяльності та повсякденному житті.
10. Знання принципів моделювання, уміння застосувати їх до побудови комунікативних стратегій у різних середовищах.
11. Знання сучасних інформаційних (мультимедійних технологій) та інноваційних технологій, інструментів пошуку, уміння працювати з відкритими даними, володіння основами аналізування даних.
12. Знання економічних основ функціонування медій різного типу, розуміння принципів та знання різних методів монетизації.
13. Уміння будувати бюджет медій, враховуючи статті затрат та прогножуючи доходи.
14. Уміння формулювати цілі рекламних кампаній та планувати їх. Знання інструментів інтернет-реклами, їх особливостей та принципів застосування залежно від цілей реклами.
15. Знання основ маркетингу, уміння використовувати інструменти для планування маркетингових кампаній для медій.
16. Уміння сегментувати аудиторію, аналізувати рекламні кампанії з використанням аналітичних інструментів.
17. Знання особливостей комунікації для різних видів соціальних платформ, уміння будувати комунікаційні стратегії для різних платформ, аналізувати їхню ефективність.
18. Уміння створювати різноформатний контент (тексти, веб-документарі, мультимедійні історії, анімацію, інфографіку тощо) для різних видів медій, різних платформ та різних цілей, у тому числі для реклами та PR-активності.
19. Знання інструментів візуалізації даних та володіння навичками їх використання.
20. Знання принципів дизайну, основних інструментів створення дизайну для різних цілей та платформ, уміння працювати з програмними продуктами для дизайнерів.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Специфічні характеристики кадрового забезпечення	Навчальні дисципліни викладають особи із практичним досвідом (досвідом стажування, попередньої роботи у медіаустановах), викладачі-практики.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Наявність комп'ютерного класу та телерадіостудії, а також студентської інтернет-радіостудії
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	Використання у навчальному процесі електронних освітніх ресурсів, змішаного навчання або дистанційного навчання, системи Moodle.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	
Міжнародна кредитна мобільність	Укладені угоди про академічну мобільність у межах УКУ.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	На основі Правил прийому до Українського католицького університету. Умови та особливості ОП в контексті навчання іноземних громадян пов'язані із загальними засадами освітнього процесу, що визначені у правилах МОН.

МОДУЛЬНО-КРЕДИТНА СТРУКТУРА ПРОГРАМИ

№ п/п	Навчальні дисципліни, практики (змістові модулі)	Кредити ЄКТС	Форма контролю
1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
1.1. Цикл загальної підготовки			
1	Історія ідей (англ. мова)	3	іспит
2	Християнська духовність	3	залік
3	Теорія медій і суспільства	4	іспит
4	Іноземна мова для медій	9	залік
5	Соціологія міста	3	іспит
6	Мова медій	4	іспит
7	Церква і соціальна комунікація	3	іспит
1.2. Цикл професійної підготовки			
8	Інструменти інтернет-бізнесу та електронної комерції	3	іспит
9	Критичне мислення	3	іспит
10	Візуальні комунікації	4	іспит
11	Політичні комунікації (англ. мова)	4	іспит
12	Медіаекономіка	3	іспит
13	Візуалізація даних	5	іспит
14	Нові медіа та комунікативні технології	5	іспит
15	Інформація в публічному самоврядуванні	3	залік
16	Мультимедійні технології	4	залік
17	Рекламні комунікації	4	іспит

18	Управління медіапроєктами	3	іспит
19	Медіавиробництво та управління мультимедійною редакцією	4	залік
20	Медіааналітика	3	іспит
21	Креативні формати в медіа	3	іспит
2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
2.1. Цикл загальної підготовки			
22	Медіапсихологія	4	залік
23	Медіаправо	4	залік
24	Документалістика	3	залік
25	Риторика конфлікту в медіях (англ. мова)	3	залік
2.2. Цикл професійної підготовки			
26	Бренд-менеджмент	5	залік
27	Безпека в цифровому просторі	5	залік
28	Основи інтерактивного дизайну	5	залік
29	Графічний дизайн	5	залік
30	Управління інтернет-маркетингом	3	залік
31	Медіадослідження	3	залік
32	Web-аналітика	3	залік
33	Тексти у цифрових медіях	3	залік
Практична підготовка			
34	Виробнича практика	5	залік
Державна атестація			
35	Магістерська робота	5	іспит

Загальні компетенції	
КОМПЕТЕНЦІЯ А	Здатність комплексно аналізувати процеси і наративи в контексті сучасного комунікативного дискурсу; здатність критично сприймати інформацію і верифікувати її; шукати аргументи і контраргументи у дискурсі, всебічно оцінювати ситуації, вміти шукати першоджерела й розуміти контекст; випрацювати самокритичність.
КОМПЕТЕНЦІЯ В	Здатність генерувати нові ідеї та нестандартні підходи до їх реалізації. Творчий підхід, гнучкість, апробація нових ідей, теорій, технологій у вирішенні проблеми чи виконання поставлених завдань. Здатність мислити нестандартно (out of the box) і пояснювати інноваційні підходи колегам. Когнітивна гнучкість. Здатність працювати з художніми форматами медій.
КОМПЕТЕНЦІЯ С	Здатність розробляти проекти й управляти ними; здатність ініціювати, планувати зміни та управляти ними, щоб вдосконалити існуючі та розробити нові медійні системи; здатність управляти різнобічною комунікацією. Вміння впливати в середовищах, знаходити спільну мову з колегами, вибудовувати якісну співпрацю, координувати роботу. Здатність формулювати судження і ухвалювати рішення. Здатність визначати потреби клієнтів та замовників, створювати проекти та керувати ними.
КОМПЕТЕНЦІЯ D	Здатність фахово моніторити проблемне поле, виокремлювати конкретну проблему, досліджувати її, ставити цілі, завдання, етапи для їх розв'язання, вміння залучити релевантні джерела, вміння верифікувати рішення в експертів на окремих етапах, залучати необхідних фахівців чи організації у процес вирішення проблеми, представляти і впроваджувати результати.
КОМПЕТЕНЦІЯ Е	Навички роботи в команді. Вміння організувати роботу в команді, розуміти всі етапи командної роботи, координувати дії з іншими. Корпоративні, інтегральні комунікації. Командоутворення і вибудова комунікації зважаючи на особливості колективів й етичних кодексів редакцій/компаній із врахуванням прав і обов'язків учасників команди.
КОМПЕТЕНЦІЯ F	Здатність враховувати інтереси та запити цільової аудиторії, здатність діяти згідно із правовими нормами й моральними канонами, здатність допомагати іншим, здатність діяти в інтересах суспільства та задовольняти потреби споживачів відповідно до професійних стандартів. Нести відповідальність за використання фахових інструментів. Розуміти та враховувати етичні чинники професії.
КОМПЕТЕНЦІЯ G	Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної (проектної) роботи та працювати в міжнародному контексті.
Фахові компетенції	

КОМПЕТЕНЦІЯ Н	Здатність розуміти та використовувати сучасні теорії, методології і методи соціальних комунікацій та інших наук стосовно завдань до фундаментальних і прикладних досліджень у медійній сфері.
КОМПЕТЕНЦІЯ І	Уміння застосовувати критичне мислення та технології медіааналізу, володіти технологіями цифрової безпеки (розуміти принципи й володіти інструментами кібербезпеки) та застосовувати принципи медіаправа.
КОМПЕТЕНЦІЯ J	Здатність виявляти закономірності та професійно діагностувати, прогнозувати, проектувати й моделювати комунікаційні процеси в публічній сфері та бізнесі.
КОМПЕТЕНЦІЯ К	Здатність налагоджувати комунікацію із представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей/видів економічної діяльності), налагоджувати взаємодію державних, громадських і комерційних організацій, працювати з інформацією як засобом публічного врядування.
КОМПЕТЕНЦІЯ L	Розуміти основи медіаекономіки та бути здатним створити власний конкурентний медіапроект (здатність аналізувати та прогнозувати медіаринок); здатність управляти медіапроектом (організувати командну роботу, ініціювати командоутворення, сприяти груповій мотивації, фасилітувати процеси прийняття групових рішень).
КОМПЕТЕНЦІЯ М	Застосовувати онлайн-інструменти для маркетингової діяльності. Визначати сегментацію цільової аудиторії, аналізувати структуру попиту та пропозиції, практикувати просування контенту (уміння розробляти social media marketing стратегії).
КОМПЕТЕНЦІЯ N	Уміння застосовувати цифрові інструменти пошуку інформації, працювати з відкритими даними (здатність до пошуку, оброблення та аналізування інформації з різних джерел).
КОМПЕТЕНЦІЯ О	Здатність використовувати технології візуалізації для здійснення професійної діяльності (уміння застосовувати мультимедійні технології, програми та інструменти графічної візуалізації, інтерактивний дизайн).
КОМПЕТЕНЦІЯ P	Здатність створювати тексти й документи, що використовують в онлайн-медіях, PR і рекламі, редагувати та писати рекламні повідомлення (копірайтинг).
КОМПЕТЕНЦІЯ Q	Уміння формувати напрями комунікації зі створення, зміцнення та просування бренду чи рекламного продукту.
КОМПЕТЕНЦІЯ R	Розуміння специфіки функціонування різних типів та форматів медій (телебачення, радіо, друковані та онлайн-ЗМІ).

№ п/п	Компонент програми	Компетенції																	
		Загальні компетенції							Фахові компетенції										
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	Історія ідей (англ. мова)	X						X		X									
2	Християнська духовність	X					X	X			X								
3	Теорія медій і суспільства	X	X		X			X	X										
4	Іноземна мова для медій	X						X	X		X								
5	Соціологія міста	X		X			X	X	X	X					X				
6	Мова медій	X	X		X			X			X					X			
7	Церква і соціальна комунікація	X						X	X		X								
8	Інструменти інтернет- бізнесу та електронної комерції	X			X		X	X	X					X					
9	Критичне мислення	X			X			X	X										
10	Візуальні комунікації	X	X					X							X				X
11	Політичні комунікації (англ. мова)	X			X		X	X	X		X								
12	Медіаеконом іка				X		X	X		X		X	X						
13	Візуалізація даних	X	X					X	X	X				X	X				X
14	Нові медіа та комунікатив ні технології	X	X	X				X	X	X				X	X				

16	Інформація в публічному самоврядуванні	X	X		X		X	X		X	X								
17	Мультимедійні технології	X	X											X				X	X
18	Рекламні комунікації	X	X	X	X					X	X				X	X	X	X	X
19	Управління медіапроектами		X	X	X	X			X	X	X	X							
20	Медіавиробництво та управління мультимедійною редакцією		X	X	X	X				X			X		X				
21	Медіааналітика	X			X		X	X	X									X	X
22	Креативні формати в медіа	X	X		X	X								X	X				

№ п/п	Компонент програми	Компетенції																	
		Загальні компетенції							Фахові компетенції										
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Вибірковий курс з циклу загальної підготовки																			
1	Медіапсихологія	X			X		X	X	X	X	X								
2	Медіаправо	X			X		X	X	X	X	X								
3	Документалістика	X	X					X	X							X			
4	Риторика конфлікту в медіях (англ. мова)	X	X					X	X							X			
Вибірковий курс з циклу професійної підготовки																			

5	Бренд-менеджмент	X	X	X	X		X			X	X		X					
6	Безпека в цифровому просторі	X			X		X	X	X					X				
7	Основи інтерактивного дизайну		X										X	X			X	X
8	Графічний дизайн	X	X				X	X						X				
9	Управління інтернет-маркетингом	X	X		X		X	X	X				X					
	Медіадослідження	X	X				X	X									X	X
10	Web-аналітика	X	X		X			X	X				X	X				
	Тексти у цифрових медіях		X						X								X	X
Практична підготовка																		
11	Виробнича практика	X	X	X		X					X	X	X	X	X			
12	Дипломний проект	X	X		X					X	X					X	X	X

Програмні результати навчання	
ПРН1	Знання сучасних медійних теорій, методів соціальних комунікацій та уміння проводити дослідження у сфері медій та комунікацій.
ПРН2	Уміння аналізувати процеси, наративи сучасного комунікативного дискурсу та прогнозувати тренди.
ПРН3	Уміння всебічно оцінювати ситуацію та проблематику, шукати першоджерела, аналізувати отриману інформацію, виокремлювати основне, розуміти контекст, інтерпретувати отримані дані.
ПРН4	Навички щодо генерації нових ідей та підходів до вирішення проблем, в тому числі в умовах невизначеності.
ПРН5	Уміння, пов'язані з управлінням проектами: побудова послідовності завдань, щоб реалізувати проект, визначення критеріїв реалізації проекту,

	контроль етапів реалізації, гнучкість у плануванні.
ПРН6	Навички командної роботи, взаємодія між співвиконавцями та координування командної роботи.
ПРН 7	Здатність аналізувати ринок, розуміти запити клієнтів та замовників.
ПРН8	Знання основ медіаправа й уміння здійснювати професійну діяльність відповідно до законодавства.
ПРН9	Знання цифрових, кіберзагроз та уміння уникати їх у професійній діяльності та повсякденному житті.
ПРН10	Знання принципів моделювання, уміння застосувати їх до побудови комунікативних стратегій у різних середовищах.
ПРН11	Знання сучасних інформаційних (мультимедійних технологій) та інноваційних технологій, інструментів пошуку, уміння працювати з відкритими даними, володіння основами аналізування даних.
ПРН12	Знання економічних основ функціонування медій різного типу, розуміння принципів та знання різних методів монетизації.
ПРН13	Уміння будувати бюджет медій, враховуючи статті затрат та прогнозуючи доходи.
ПРН14	Уміння формулювати цілі рекламних кампаній та планувати їх. Знання інструментів інтернет-реклами, їх особливостей та принципів застосування залежно від цілей реклами.
ПРН15	Знання основ маркетингу, уміння використовувати інструменти для планування маркетингових кампаній для медій.
ПРН16	Уміння сегментувати аудиторію, аналізувати рекламні кампанії з використанням аналітичних інструментів.
ПРН17	Знання особливостей комунікації для різних видів соціальних платформ, уміння будувати комунікаційні стратегії для різних платформ, аналізувати їхню ефективність.
ПРН18	Уміння створювати різноформатний контент (тексти, веб-документарі, мультимедійні історії, анімацію, інфографіку тощо) для різних видів медій, різних платформ та різних цілей, у тому числі для реклами та PR-активності.
ПРН19	Знання інструментів візуалізації даних та володіння навичками їх використання.
ПРН20	Знання принципів дизайну, основних інструментів створення дизайну для різних цілей та платформ, уміння працювати з програмними продуктами для дизайнерів.
ПРН21	Використовувати іноземну мову у професійній і дослідницькій діяльності, а також в комунікації в міжнародному професійному середовищі

	Програмні результати навчання																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Історія ідей (англ. мова)	X	X	X	X																	X
Християнська духовність	X	X	X	X						X											
Теорія медій і суспільства	X	X	X	X						X											
Іноземна мова для медій	X	X	X															X			X
Соціологія міста	X	X	X	X		X				X											
Мова медій	X		X	X														X			
Церква і соціальна комунікація	X	X	X	X						X											
Інструменти інтернет-бізнесу та електронної комерції	X	X	X					X	X	X	X					X	X				
Критичне мислення	X	X	X	X						X							X				
Візуальні комунікації	X	X	X							X									X	X	
Політичні комунікації (англ. мова)	X	X	X	X						X							X				X
Медіаекономіка		X	X		X			X				X	X			X	X				
Візуалізація даних	X	X	X	X			X			X	X						X	X	X	X	
Нові медіа та комунікативні технології	X	X	X	X					X		X						X	X			
Інформація в публічному самоврядуванні	X	X	X	X		X	X			X	X										
Мультимедійні технології	X			X		X				X	X						X	X	X		
Рекламні	X	X		X	X	X	X							X	X	X	X				

комунікації																				
Управління медіапроектами	X	X		X	X	X	X			X			X			X				
Медіавиробництво та управління мультимедійною редакцією	X					X	X			X	X					X	X			
Медіааналітика	X	X	X	X			X			X	X					X				
Креативні формати в медіа		X	X	X	X	X	X				X					X	X	X		
Вибірковий блок																				
Медіапсихологія	X	X	X	X		X														
Медіаправо	X	X	X	X		X		X												
Документалістика	X	X	X	X													X	X		
Риторика конфлікту в медіях (англ. мова)	X	X	X	X				X	X	X	X					X				X
Бренд-менеджмент	X	X			X	X	X				X				X	X	X			
Безпека в цифровому просторі	X	X	X					X	X	X	X				X	X				
Основи інтерактивного дизайну	X			X													X	X	X	
Графічний дизайн	X	X	X	X		X				X	X					X	X	X	X	
Управління інтернет-маркетингом	X	X	X		X		X			X	X	X	X	X	X					
Медіадослідження	X	X	X	X						X						X		X		
Web-аналітика	X	X	X			X				X	X									
Текст у цифрових медіях	X		X	X													X			