ID 76573

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор
_____Володимир БУГРОВ
«23» 04 2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Корпоративні медіакомунікації»

Рівень вищої освіти: другий

на здобуття освітнього ступеня магістр
за спеціальністю **С7 «Журналістика»**
галузі знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»

Розглянуто та затверджено на
засіданні Вченої ради
від «24» 03 2025 р.
протокол № 9

Введено в дію наказом ректора
від «23» 04 2025 р. за
№ 321-32

Київ 2025 р.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВНУТРІШНЮ І ЗОВНІШНЮ АПРОБАЦІЮ

А. Відгуки кафедр / загальноуніверситетських підрозділів.
Відгук Алли КОВАЛЕНКО, професора кафедри соціальної психології факультету психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктора психологічних наук, професора, від 20.02.2025. Відгук позитивний.

Б. Рецензії представників академічної спільноти.
Рецензія Леоніда НОВОХАТЬКА, завідувача кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, доктора історичних наук, професора, від 21.02.2025. Рецензія позитивна.

В. Відгуки представників професійних асоціацій.
Відгук Оксани ТОДОРОВОЇ, Голови Асоціації корпоративних медіа України, від 20.02.2025. Відгук позитивний.

Г. Відгуки представників ринку праці

Відгук Анни ЯБЛУЧНОЇ, шеф-редакторки українськомовної версії Ukraïner, доктора філософії за спеціальністю 061 Журналістика, від 21.02.2025. Відгук позитивний.

Д. Відгуки роботодавців на професійну кваліфікацію за ISCO-08 код 1222.1 «Менеджер із комунікацій» (Communication manager).

Відгук Андрія ВДОВИЧЕНКА, віце-президента Української Асоціації Медіа Бізнесу, від 21.02.2025. Відгук позитивний.

Відгук Олени ХІРГІЙ, засновниці ТОВ «Видавничий Дім «Портал», від 20.02.2025. Відгук позитивний.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проєктною групою у складі:

Прізвище, ім'я, по-батькові керівника та членів проєктної групи	Найменування посади	Найменування закладу, який закінчив викладач (рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту)	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову та/або професійну діяльність, яка відповідає предметній області програми (основні публікації за напрямом, науково-дослідна робота, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
Керівник проєктної групи						
Олена РИЖКО	Професор кафедри редакційно-видавничих технологій та продюсування	Національний педагогічний університет імені І.М. Драгоманова, 1998 р., спеціальність «Українська мова і література», кваліфікація учителя української	Д. наук із соц. комунік. Докторська дисертація: Плагіат у соціально комунікацій ному вимірі початку XXI століття: природа явища та історія боротьби. 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій (диплом ДД № 007550 від 05.07.2018). Доцент кафедри теорії та історії журналістики (диплом 12ДЦ № 017087).	17,5	Понад 90 наукових і науково-методичних праць, зокрема: 1. Крайнікова Т. С., Рижко О. М. Бізнес-комунікації книжкових видавництв: від соціальних мереж до метавсесвіту. Обрії друкарства. 2023. Вип. 2(14). С. 127-139. DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295266 2. *Ryzkho O., Krainikova T., Vodolazka S. Sokolova K.* Generative AI changes the book publishing industry: reengineering of business processes // Communication & Society, 2024. № 37(3). P. 255–271. DOI: 10.15581/003.37.3.255-271 **Scopus Q1** 3. *Svitlana Vodolazka, Tetiana Krainikova, Olena Ryzhko, Kateryna Sokolova.* Authors versus AI: Approaches and Challenge // Current Issues of Mass Communication,	Підвищення кваліфікації: 1. Курс підвищення кваліфікації та розвитку компетентностей викладачів KNU TEACH WEEK (обсяг – 1 кредит), сертифікат від 25.01.2021. 2. Курс підвищення кваліфікації та розвитку компетентностей викладачів KNU TEACH WEEK–3 (обсяг – 0,5

		мови і літератури.			2024. Issue 35. P. 73-89. https://doi.org/10.17721/CIMC.2024.35.73-89 4. Крайнікова Т., Водолазька С., Рижко О., Ситник О. К 77 Штучний інтелект у медіях: навч. посіб. Київ : Морфеус, 2025. 240 с./68 с. 5. Ryzhko, O. (2025). Studenckie projekty medialne w czasie wojny: wyzwania i osiągnięcia (na podstawie wyników ankiety). *Youth in Central and Eastern Europe*, *12*(18), 53–60. https://doi.org/10.24917/ycee.11520	кредита), сертифікат від 07.02.2022. 3. Підвищення кваліфікації за програмою «Роль гарантів освітніх програм у розбудові внутрішньої системи забезпечення якості освіти» (обсяг – 3 кредити), сертифікат від 27.05.2022. 4. Курс Event Management, Campster, сертифікат № 367668 від 04.11.2022. 5. Онлайн-інтенсив «Як запускати та розвивати Ютуб-канал», Litosvita, 11–13 квітня 2023, сертифікат (обсяг – 0,2 кредита). 6. Курс «Психолого-педагогічний супровід психологічної компетенції спеціалістів ЗВО»,

						(обсяг – 1 кредит),, 10–31 травня 2023, Інститут післядипломної освіти КНУШ, сертифікат від 31.05.2023. 7. Erasmus+ Programme KA107, University of Tuscia (Viterbo, Italy) 03.07.2023–07.07.2023, delivered a seminar in "History of European Journalism" (8 hours), certificate 07.07.2023.
Члени проєктної групи						
Світлана ВОДОЛАЗЬКА	Доцент кафедри редакційно-видавничих технологій та продюсування	Донецький державний університет, 1999 р. Спеціальність: «українська мова та література», філолог, викладач української мови та	Д. н. із соц. комунік. Докторська дисертація: Сучасна видавнича галузь Східноєвропейського регіону: інноваційні детермінанти та актуальні трансформації. 27.00.05 — теорія та історія видавничої справи та редагування (Диплом ДД № 005667	22	Понад 75 наукових та методичних праць, у тому числі: 1. Крайнікова Т., Водолазька С., Рижко О., Ситник О. Штучний інтелект у медіях. Житомир : Морфеус, 2025 : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка. 240 с. 2. Водолазька С., Крайнікова Т. Дизайн книжкових видань із використанням ШІ (практики американського та українського книговидання) // Технологія і техніка друкарства. 2024. № 1, С. 81-96. DOI: 10.20535/2077-7264.1(83).2024.297256 URL:	Підвищення кваліфікації: 1. Курс підвищення кваліфікації та розвитку компетентностей викладачів KNU Teach week 4 (обсяг – 1 кредит), сертифікат від 20.01.2023. 2. Курс підвищення кваліфікації та

		літератури.	від 1.07.2016). Доцент кафедри видавничої справи та редагування (диплом 12ДЦ №020764 від 23.12.2008).		http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/download/297256/297473 3. Водолазька С. Видання з доповненою реальністю: експлуатаційні проблеми // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації . 2024. № 1, С. 61-69 DOI 10.32840/cpu2219-8741/2024.1(57).8 http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/download/1053/1052 4. Vodolazka, S., Krainikova, T., Ryzhko, O., & Sokolova, K. (2024). Authors versus AI: Approaches and Challenges. Current Issues of Mass Communication, 35, 73-89. DOI: https://doi.org/10.17721/CIMC.2024.35.73-89 https://cimc.knu.ua/article/view/2632/2337 5. Ryzhko O., Krainikova T., Vodolazka S., Sokolova K. Generative AI changes the book publishing industry: reengineering of business processes // Communication & Society, 2024. Vol. 37(3) p. 255-271 doi.org/10.15581/003.37.3.255-271 https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/49904/41195	розвитку компетентностей викладачів KNU Teach week 3 (обсяг – 0,5 кредитів), сертифікат від 07.02.2022. 3.Курс Сценаристика і сторітелінг (обсяг – 16 годин) від ЛітОсвіта, сертифікат від 12.12.2022. 4.Курс Програмний директор ТБ: від А до Я від школb Національної асоціації медіа, сертифікат. 5.Курс із журналістики даних Data Driven Journalism від Центру журналістики Київської школи економіки (обсяг – 1 кредит), сертифікат від 11.06.2021 № D21-CJ-000006
Тетяна КРАЙНІКОВА	Завідувач кафедри редакційно-	Київський університет імені Тараса Шевченка у	Д. н. із соц. комунік. Докторська дисертація: Культура	26	100 наукових та методичних праць, у тому числі: 1) Yezhyzhanska T., Krainikova T. ,	*У період 03.07.2023 р. — 07.07.2023 р.* — у межах програми

	видавничих технологій та продюсування	1993 р. Спеціальність:«філолог, викладач української мови та літератури».	медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізми формування. 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Доцент кафедри видавничої справи та редагування (диплом ДЦ №: 010094 від 17.02.2005).		Masimova L. Book PR: do readers influence on the communication of publishing company? // Innovative Marketing. 2019. №4. Vol. 15. P. 66–77. URL: https://businessperspectives.org/journals/book-pr-do-readers-influence-on-the-communication-of-publishing-company DOI http://dx.doi.org/10.21511/im.15(4).2019.06 (Scopus) 2) Krainikova T., Krainikov E. , Yezhyzhanska T. Media behavior of youth in the COVID-19 pandemic in Ukraine // Innovative Marketing. 2021. Vol. 17(1). P. 94–108. URL: https://businessperspectives.org/journals/innovative-marketing/issue-374/media-behavior-of-youth-in-the-covid-19-pandemic-in-ukraine DOI http://dx.doi.org/10.21511/im.17(1).2021.08 (Scopus) 3) Telenkov D., Krainikova T., Yezhyzhanska T. Models of TV news layout: Different types of marketing narrative // Innovative Marketing. 2022. Vol. 18. P. 117–130. URL: https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/innovative-marketing/issue-399/models-of-tv-news-layout-different-types-of-marketing-narrative DOI http://dx.doi.org/10.21511/im.18(1).2022.10 (Scopus) 4) Ryzkho O., Krainikova T., Vodolazka S.,	мобільності Erasmus викладала в Università degli studi della Tuscia (Університет Тушія, м. Вітербо, Італія), що підтверджено сертифікатом (8 навч. год.); *У квітні — серпні 2022 р. брала участь у міжнародному проєкті* ГО ГВАРА МЕДІА «UKR028 — Fact-checking bot Gwara Media» із грантовим фінансуванням проєкту міжнародної технічної допомоги «Зміцнення громадської довіри» (UCBI III), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). ГО ГВАРА МЕДІА — член International Fact-Checking Network (https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/profile/gwara-media).

					Sokolova K. Generative AI changes the book publishing industry: reengineering of business processes // Communication & Society, 2024. № 37(3). P. 255–271. (Scopus)	
Ярослава ПРИХОДА	Доцент кафедри редакційно-видавничих технологій та продюсування	Львівський державний університет імені Івана Франка, 1982.Спеціальність «журналіст» (диплом ЖВ-1 №074306)	Канд. філол. наук за спеціальністю *журналістика.* Канд.дисертація: «Концепт Європа в українській публіцистиці: когнітивно-лінгвістичні аспекти». (диплом ДК № 029488 від 08.06. 2005), доцент кафедри видавничої справи та редагування (диплом 12 ДЦ № 030702 від 17.05.2012, протокол № 4 /02-Д)	24	Понад 75 наукових та методичних праць, серед них: 1. M. Zhenchenko, O. Melnyk, Y.Prykhoda, I.Zhenchenko.Ukrainian E-Learning Platforms for Schools: Evaluation of Their Functionality // International Review of Research in Open and Distributed Learning. 2022. Vol. 23, № 2. P. 136–150.(Scopus, Q1) 2. M. Zhenchenko, O. Melnyk, Y.Prykhoda, I.Zhenchenko.Experience of Use of Electronic Educational Resources by Ukrainian Teachers During the Distance Learning due to the COVID-19 Pandemic (March-May 2020).// CEUR Workshop Proceedings. 2021. Vol. 31–04. P. 55–65 (Scopus, Q3) 3. М.Женченко, Я.Прихода, О. Мельник.,І. Женченко,Видавничо-педагогічний підхід до проблеми типологізації електронних освітніх ресурсів //Поліграфія і видавнича справа. 2020. № 1(79). С. 121–141. (Фахове видання, Copernicus) 4. Прихода Я. Редагування навчальних видань. навчал. посібник. Київ : ННІЖ, 2021. 106 с. URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/vsr/posibnyk-krajnikova-t-kultura-vydannya/ (дата звернення: 22.12.2021)	1.EASE Editors School, 2022. Certificate from December 8, 2022. 2.Курс підвищення кваліфікації та розвитку компетентностей викладачів KNU Teach week (1 кредит),сертифікат від 25.01.2021. 3. Курс підвищення кваліфікації «Використання інформаційно-комунікативних та цифрових технологій в освітньому процесі…». 30 год. (1 кредит ЄКТС), Сертифікат № ПК-Б 21-05/030 від 26.05.2021 (http://www.uaitp.org 4.Курс підвищення кваліфікації«Цифрові трансформації в

						освіті, бізнесі, ІТ та культурі», Сертифікат № ПК-К 21-03/214 від 25.03.2021 р. (6 год. (0,2кредити ЄКТС),

При розробці проєкту Програми враховані вимоги:

1) Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 061 «Журналістика» для другого (магістерського) рівня;
2) Тимчасового стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за спеціальністю С7 Журналістика галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
«Корпоративні медіакомунікації»
зі спеціальності С7 Журналістика
галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
«Corporate Mediacommunication»
in the field of C7 Journalism on the specialty
C Social Sciences, Journalism, Information and International Relations

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Ступінь вищої освіти: магістр Спеціальність: С7 Журналістика, Level of Education: Master of Journalism Speciality: C7 – Journalism
Мови навчання і оцінювання	українська, Ukrainian
Обсяг освітньої програми	90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки
Тип програми	Освітньо-професійна
Тип диплома	Диплом ЗВО
Повна назва закладу вищої освіти, а також структурного підрозділу у якому здійснюється навчання	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики Taras Shevchenko National University of Kyiv Educational and Scientific Institute of Journalism
Назва закладу вищої освіти який бере участь у забезпеченні програми	-
Офіційна назва освітньої програми, ступінь вищої освіти та назва кваліфікації ЗВО-партнера мовою оригіналу	-
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію ОПП «Медіакомунікації в бізнесі» ID 40757 № 4990, діє до 01.07.2028 р. (рішення НАЗЯВО про акредитацію від 20.06.2023 р.).
Цикл/рівень програми	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Освіта за ступенем «бакалавр», «магістр» чи освітньо-кваліфікаційним рівнем «спеціаліст»
Форма здобуття освіти	денна
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://journ.knu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми (з врахуванням рівня кваліфікації)	Забезпечити поглиблену підготовку фахівців у сфері корпоративних медіакомунікацій, сформувати готовність до розв'язання складних завдань зі створення ефективної комунікаційної політики суб'єкта медіаринку та підприємств іншої спеціалізації з урахуванням інноваційних моделей досягнення стратегічних цілей з управління комунікаційним процесом, проєктами.

3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань / спеціальність / спеціалізація програми)	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини / С7 Журналістика **Об'єкт діяльності**: закономірності функціонування корпоративних медіакомунікацій у різних виявах їх, видах, формах, технологіях, сферах використання у ретроспективній, поточній і перспективній площинах. **Цілі навчання**: набуття здатності розв'язувати завдання дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері корпоративних медіакомунікацій. **Теоретичний зміст предметної області**: комунікаційні процеси в суспільстві загалом і в системі корпоративних медіакомунікацій зокрема, їх репрезентація у широкому спектрі медіапродуктів відповідно до завдань медіакомунікаційних стратегій для корпорацій, стартапів, прибуткових і неприбуткових організацій і под.; типологія, структура, соціальні функції сучасних комунікаційних технологій; управління медіааудиторією і мультиплатформними медіапроєктами, медіація, брендинг, цифрові бізнес-моделі у медіагалузі, цифровий медіамаркетинг. **Методи, методики та технології**: збір, оброблення й аналіз/перевірка фактичної інформації, типологізація та класифікація досліджуваних об'єктів; аналіз ринку, продуктової лінійки, цільової аудиторії, каналів збуту: PEST-аналіз, бенчмаркінг; експертне опитування, SWOT-аналіз, анкетування, телефонні інтерв'ю, фокус-групи; дослідження конкурентів; аналіз моделей комунікації (PESO, MESE, КОП+Д); побудова / оцінювання / коригування комунікаційної стратегії; контент-аналіз медіапродуктів; методики діагностики, експертизи та прогнозування; комунікаційні технології; сучасні цифрові технології. **Інструменти та обладнання**: сучасна комп'ютерна техніка та мультимедійне обладнання, інформаційні, бібліотечні ресурси, спеціальне програмне забезпечення, що застосовується для оброблення та візуалізації даних у різних сферах діяльності фахівця з корпоративних медіакомунікацій.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна прикладна.
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта в галузі журналістики. Фокус програми зосереджується на підготовці професіонала з корпоративних медіакомунікацій. Ключові слова: медіакомунікації, корпоративні медіакомунікації, медіаорганізація, медіабрендинг, івент-менеджмент, управління медіаспоживанням, крос-медійні комунікації, інтегровані медіастратегії, цифрові бізнес-моделі, цифровий маркетинг, медіація в управлінні бізнесом.

Особливості програми	Навчання побудоване на проєктних засадах. Відбувається підготовка фахівця з корпоративних медіакомунікацій, який зможе вибудовувати для сучасного медіа або підприємств іншого типу систему комунікацій та застосовувати інструменти оцінки її ефективності, конкурентоздатності на ринку. Програмою, у форматі стажування за професійною кваліфікацією, передбачений етап апробування, впровадження здобутих науково-практичних знань із корпоративних медіакомунікацій. Також упродовж навчального процесу здобувачі вищої освіти будуть здобувати досвід із проведення комунікаційного аудиту медіапроєктів, зовнішньої та внутрішньої комунікації суб'єкта підприємницької діяльності, а також з розробки власних комунікаційних стратегій. Результати отриманих знань зможуть зреалізувати під час підготовки і захисту кваліфікаційного проєкту.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця у редакціях різних медіа структур, видавництвах, інформаційних, рекламних та PR-агенціях, закладах освіти відповідного профілю, наукових установах, дослідницьких центрах. Випускники можуть працювати на посадах: фахівець з управління проєктами та програмами у сфері матеріального (нематеріального) виробництва, керівник медіапроєкту, менеджер медіа-холдингу, керівник онлайн-структури, проєкт-менеджер, випусковий редактор, контент-менеджер, фахівець інфокомунікацій, контент-редактор, аналітик з комунікацій. За умови дотримання вимог, вказаних у розділі ІІІ цього опису, здобувачу освіти може бути присвоєна за обов'язковою складовою програми професійна кваліфікація за ISCO-08 код 2642.1 «Журналіст», а за вибірковою – 1222.1 «Менеджер із комунікацій».
Подальше навчання	Право продовжити навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання ґрунтується на принципах студентоцентрованої зорієнтованості навчального процесу з використанням індивідуально-особистісного підходу; реалізуються через навчання на проєктній основі, з вирішення професійних завдань, виконання проєктів та проходження виробничих практик. Викладання відбувається із використанням лекційних,

	семінарсько-лабораторних форм навчання, самостійної роботи із використанням нових галузевих даних та науково-методичних розробок Під час останнього семестру дається час на розроблення кваліфікаційного проєкту, який також презентується та захищається.
Оцінювання	Письмові та усні іспити, заліки, диференційовані заліки, індивідуальні проєктні роботи, тести, презентації. Захист кваліфікаційного проєкту.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	**ІК.** Здатність розв'язувати задачі дослідницького та інноваційного характеру у сфері журналістики.
Загальні компетентності (ЗК)	**ЗК01.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. **ЗК02.** Здатність планувати час та управляти ним. **ЗК03.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК04.** Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово. **ЗК05.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК06.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК07.** Здатність розробляти проєкти та управляти ними. **ЗК08.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. **ЗК09.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
Спеціальні компетентності (СК)	**СК01.** Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького або інноваційного характеру у сфері журналістики. **СК02.** Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми. **СК03.** Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики. **СК04.** Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів. **СК05.** Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються. **СК06.** Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

	СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди. **ВБ 1. Менеджмент і продюсування проєктів та потенціал медіакомунікацій** **СК08.1.** Здатність реалізовувати кросплатформні проєкти та забезпечувати комунікаційно-управлінський супровід їх. **СК08.2.** Здатність інтегрувати стратегічну основу в управління кросплатформних проєктів. **ВБ 2. Комунікаційні тренди** **СК09.1.** Здатність розробляти комунікаційні стратегії на основі аналізу внутрішніх і зовнішніх чинників компанії та потреб клієнтів, готувати матеріали презентації і здійснювати консультування щодо комунікаційних стратегій. **СК09.2.** Здатність використовувати комунікаційні тренди для реалізації корпоративних медіакомунікацій.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	**ПРН01.** Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог. **ПРН02.** Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики. **ПРН03.** Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження. **ПРН04.** Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації. **ПРН05.** Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. **ПРН06.** Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності. **ПРН07.** Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. **ПРН08.** Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. **ПРН09.** Проводити порівняльний аналіз законодавчої бази та діяльності окремих

	медіаінституцій України та країн Європейського Союзу. **ПРН10.** Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій. **ПРН11.** Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство. **ПРН12.** Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів. **ПРН13.** Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей. **ВБ 1. Менеджмент і продюсування проєктів та потенціал медіакомунікацій** **ПРН14.1.** Організовувати роботу щодо розроблення та реалізації кросплатформних проєктів і забезпечувати їхній комунікаційний супровід. **ПРН14.2.** Розробляти власні медійні продукти у сфері корпоративних медіакомунікацій від ідеї до впровадження і продюсування. **ВБ 2. Комунікаційні тренди** **ПРН15.1.** Досліджувати ринок, зовнішні і внутрішні чинники компаній, цільову аудиторію і розробляти та втілювати комунікаційні стратегії. **ПРН15.2.** Забезпечувати корпоративну соціальну відповідальність і стратегічне планування роботи кросплатформних проєктів.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	До викладання окремих дисциплін будуть залучатися фахівці-практики з медіакомунікацій.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Передбачено використання спеціального апаратно-програмного забезпечення, можливостей мультимедійної лабораторії, що забезпечить якісне навчання на належному технічному рівні. Передбачений варіант дистанційного отримання інформації та взаємодії з викладачами.
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	При викладанні використовуються наукові праці у галузі корпоративних комунікацій, матеріали на спеціалізованих порталах, ресурси із застосуванням хмарних сервісів, вебінари, презентації, статті у фахових виданнях.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	—
Міжнародна кредитна мобільність	—
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	За умови володіння державною мовою на рівні, достатньому для навчання.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ/НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент ОП

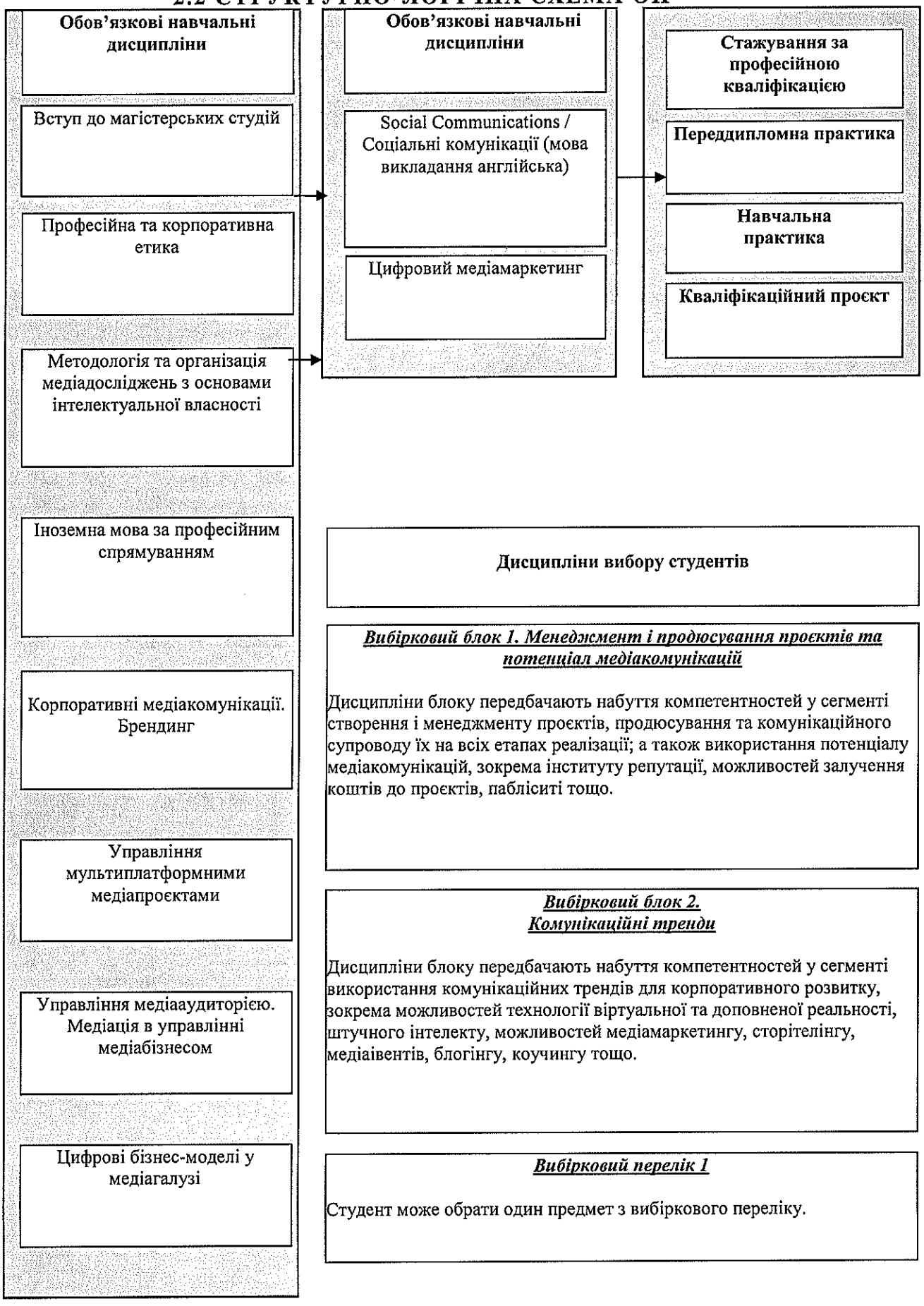
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.*	Вступ до магістерських студій	3	залік
ОК 2.	Професійна та корпоративна етика	3	залік
ОК 3.	Social Communications / Соціальні комунікації (мова викладання англійська)	4	іспит
ОК 4.	Корпоративні медіакомунікації. Брендинг	7	іспит
ОК 5.	Управління медіааудиторією. Медіація в управлінні медіабізнесом	4	іспит
ОК 6.	Управління мультиплатформними медіапроєктами	3	іспит
ОК 7.	Цифровий медіамаркетинг	4	іспит
ОК 8.	Методологія та організація медіадосліджень з основами інтелектуальної власності	3	залік
ОК 9.	Цифрові бізнес-моделі у медіагалузі	3	іспит
ОК 10.	Навчальна практика	4	диф. залік
ОК 11.	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	залік
ОК 12.	Стажування за професійною кваліфікацією	8	диф. залік
ОК 13.	Переддипломна практика	8	диф. залік
ОК 14.	Кваліфікаційний проєкт	10	захист
Загальний обсяг:		**67**	
Вибіркові компоненти ОП**			
Вибірковий блок 1. **Менеджмент і продюсування проєктів та потенціал медіакомунікацій** (студент може обрати один блок)			
ВБ 1.1.	Дисципліни блоку передбачають набуття компетентностей у сегменті створення і менеджменту проєктів, продюсування та комунікаційного супроводу їх на всіх етапах реалізації; а також використання потенціалу медіакомунікацій, зокрема інституту репутації, можливостей залучення коштів до проєктів, паблісіті тощо.	20	іспит/залік
Вибірковий блок 2. **Комунікаційні тренди** (студент може обрати один блок)			
ВБ 2.1.	Дисципліни блоку передбачають набуття компетентностей у сегменті використання комунікаційних трендів для корпоративного	20	іспит/залік

	розвитку, зокрема можливостей технології віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту, можливостей медіамаркетингу, сторітелінгу, медіаівентів, блогінгу, коучингу тощо.		
ВП 1.1.	***Вибірковий перелік 1.*** Студент може обрати один предмет із вибіркового переліку.	3	залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**23**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**90**	

* 0,5 кредиту дисципліни «Вступ до магістерських студій» буде викладатися англійською мовою (для виконання Концепції вивчення іноземних мов)

** Згідно з п. 3.7 «Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу» здобувачі освіти мають безумовне право обрати навчальні дисципліни з обов'язкових та вибіркових частин навчальних планів інших спеціальностей того самого рівня, а за умови погодження із деканом факультету / директором інституту – з програм іншого рівня.

2.2 СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОП



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми «Корпоративні медіакомунікації» спеціальності С7 «Журналістика» проводиться у формі захисту кваліфікаційного проєкту.

Кваліфікаційний проєкт є проєкт-моделлю або прикладною розробкою, виконаний магістрантом індивідуально чи у складі невеликої групи (не більше двох осіб). Безпосередньо це можуть бути: 1) концепція корпоративних комунікацій підприємства/медіа із зазначенням цільових аудиторій, ресурсів, жанрової структури і підготовки контенту базових для концепції комунікаційних одиниць; 2) комунікаційне забезпечення проєкту (підготовка базових комунікаційних продуктів, обґрунтування їх доцільності і способів упровадження); 3) розроблення (оптимізування) комунікаційого ресурсу, базових комунікаційних одиниць й алгоритму їх застосування; підготовка аналітичного документа про стан ринку, ринкові позиції суб'єктів підприємницької діяльності, його комунікаційної стратегії і способів її впровадження. Також можливі й інші варіанти кваліфікаційних проєктів. Кожен кваліфікаційний проєкт повинен мати пояснювальну записку, в якій буде чітко обґрунтовано актуальність проєкту, його наукову й практичну цінність, алгоритм виконання, результати й можливості практичного впровадження.

Кваліфікаційний проєкт має враховувати новітні досягнення в інноваційних комунікаціях і технологічних інноваціях, при формулюванні критеріїв життєздатності враховувати підвищену конкуренцію на ринку, а також розв'язувати значеннєво ємні проблеми корпоративних медіакомунікацій. На захисті кваліфікаційного проєкту, який проводиться із забезпеченням відкритості та публічності, підтверджується опанування студентом таких програмних результатів навчання: ПРН1, ПРН2, ПРН6, ПРН10. Кваліфікаційні роботи розміщуються в Інституційному репозитарії *eKNUTSHIR*, на що студент надає відповідну згоду.

Випускникам, які успішно захистили кваліфікаційний проєкт, видається документ встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації «Магістр журналістики».

Інформацію про умови присвоєння професійних кваліфікацій буде оприлюднено після погодження з Національним агентством кваліфікацій на виконання вимог постанови КМУ від 25 жовтня 2024 р. № 1223 «Деякі питання присвоєння професійних кваліфікацій закладам вищої освіти в разі відсутності професійного стандарту».

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ІК	Загальні компетентності									Спеціальні компетентності										
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8.1	СК 8.2	СК 9.1	СК 9.2
ПРН1.	●		●	●	●	●		●	●	●	●		●	●	●		●				
ПРН2.		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН3.		●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН4.	●		●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН5.		●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН6.		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●				
ПРН7.	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН8.		●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН9.				●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●				
ПРН10.	●		●	●	●	●		●	●	●	●		●	●	●	●	●				
ПРН11.		●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН12.		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
ПРН13.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●				
ПРН14.1.																		●			
ПРН14.2.																			●		
ПРН15.1.																				●	
ПРН15.2.																					●

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК14	ВБ 1	ВБ 2
ЗК1.		•														
ЗК2.	•			•												
ЗК3.		•	•	•				•			•		•	•		
ЗК4.	•		•								•			•		
ЗК5.		•	•	•			•	•	•	•		•	•			
ЗК6.					•		•		•							
ЗК7.			•			•		•				•	•	•		
ЗК8.		•	•	•	•			•								
ЗК-9.		•	•			•		•		•		•	•	•		
СК-1.			•											•		
СК-2.		•		•							•	•	•			
СК-3.				•	•	•		•	•	•			•			
СК-4.	•	•		•												
СК-5.		•									•			•		
СК-6.		•			•	•	•			•			•			
СК-7.	•		•				•	•	•			•		•		
СК-8.1.															•	
СК-8.2.															•	
СК-9.1.																•
СК-9.2.																•

6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК14	ВБ 1	ВБ 2
ПРН1.				•				•						•		
ПРН2.		•					•		•					•		
ПРН3.		•	•	•				•			•		•			
ПРН4.	•		•								•	•				
ПРН5.		•	•	•		•		•								
ПРН6.		•					•							•		
ПРН7.		•	•		•								•			
ПРН8.	•	•	•							•	•					
ПРН9.			•						•	•	•		•			
ПРН10.	•		•			•								•		
ПРН11.		•	•	•				•				•				
ПРН12.		•	•		•			•								
ПРН13.	•	•	•				•									
ПРН14.1.															•	
ПРН14.2.															•	
ПРН15.1.																•
ПРН15.2.																•

Гарант програми **проф. Олена РИЖКО**

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

НАКАЗ

“____”_____2026 р. **№_____**

Про поширення дії погодження НАК України присвоєння Університетом професійних кваліфікацій та внесення змін до опису освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти
«Корпоративні медіакомунікації»
(ID 76573)
ННІ Журналістики

На виконання Порядку присвоєння професійних кваліфікацій здобувачам вищої освіти Київського національного університету імені Тараса Шевченка, затвердженого Вченою радою Університету (протокол № 1 від 08 вересня 2025р.) та, введеного в дію наказом № 749-32 від 10 вересня 2025 р., рішення Вченої Ради (протокол №4 від 01 грудня 2025 р.), на підставі рішення Національного агентства кваліфікацій щодо надання Київському національному університету імені Тараса Шевченка згоди на присвоєння професійної кваліфікації за освітньо-професійною програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти «Медіакомунікації в бізнесі» (ID 40757) (протокол № 66 (260) від 11 грудня 2025 р.), а також з урахуванням створення, при запровадженні нової редакції Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти (відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 р. №1021) на основі цієї програми, освітньо-професійної програми «Корпоративні медіакомунікації» (ID 76573)

наказую:

1. Встановити, що погодження присвоєння професійної кваліфікації «Спеціаліст зі зв’язків з громадськістю / Public relations officer», надане Національним агентством кваліфікацій (протокол № 66 (260) від 11 грудня 2025р.) за освітньо-професійною програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти «Медіакомунікації в бізнесі» (ID 40757) за спеціальністю 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика», є чинним для освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Корпоративні медіакомунікації» (ID 76573) за спеціальністю С7 «Журналістика» галузі знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини» як такої, в якій відтворені всі вимоги до присвоєння професійної кваліфікації та, на підставі дотримання яких, було отримано погодження НАК України.

2. Внести до опису освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Корпоративні медіакомунікації» (ID 76573)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
№ 876-32 від 14.07.2026
КЕП: Копійка Валерій Володимирович 13.07.2026 17:18:12
653645080000000000000000000000000000001

за спеціальністю С7 «Журналістика» галузі знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини» такі зміни:

2.1. Вилучити з п.4 «Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання» розділу 1 Профілю освітньої програми в описі освітньої програми інформацію такого змісту: «За умови дотримання вимог, вказаних у розділі ІІІ цього опису, здобувачу освіти може бути присвоєна за обов'язковою складовою програми професійна кваліфікація за ISCO-08 код 2642.1 «Журналіст», а за вибірковою - 1222.1 «Менеджер із комунікацій».

2.2. Доповнити розділ 1 «Загальна інформація» Профілю освітньої програми в описі освітньої програми підпунктом такого змісту:

Професійна (-і) кваліфікація (-ї) / Часткова (-і) професійна (-і) кваліфікація (-ї)	За результатами опанування обов'язкової частини програми, за дотримання умов (див. підрозділ 3.1), може бути присвоєно професійну кваліфікацію **Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer.** **Код професійної кваліфікації:** за ISCO Unit group 2432 – Public relations officer. за ESCO 2432.9 – Public relations officer.

2.3. Затвердити Додаток до освітньої програми щодо присвоєння професійної кваліфікації Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer як невід'ємної складової освітньої програми.

2.4. Затвердити підрозділ 3.1 опису освітньої програми в такій редакції:

3.1 Присвоєння професійної кваліфікації

Рішення про присвоєння професійної кваліфікації фіксується в протоколах екзаменаційної комісії, до яких заноситься також інформація щодо погодження присвоєння професійних кваліфікацій за освітньою програмою Національним агентством кваліфікацій.

Рішення про присвоєння професійної кваліфікації ухвалюється за обов'язкової присутності члена комісії із числа роботодавців консенсусом усіх присутніх членів екзаменаційної комісії за умов, викладених в додатку до освітньої програми щодо присвоєння професійної кваліфікації Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer.

Отриманий під час виробничої практики з відривом від навчання практичний досвід повинен підтверджуватись засвідченими керівником практики та печаткою (за наявності) бази практики щоденником та звітом з практики із зазначенням виду, дати та тривалості виконання трудових функцій та завдань. Звіт з практики має підтверджувати успішне виконання практикантом не менш як двох третин переліку професійних завдань та обов'язків, якими має володіти власник професійної кваліфікації Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer.

До складу екзаменаційної комісії має бути включений хоча б один член комісії, який має досвід діяльності, що передбачає наявність професійної кваліфікації Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer або виконує управлінські функції щодо працівників, які мають відповідну професійну кваліфікацію і при цьому він є представником роботодавців (із числа підприємств, установ або організацій, що здійснюють діяльність за профілем відповідної професійної кваліфікації).

Рішення екзаменаційної комісії щодо відмови у присвоєнні здобувачеві освіти професійної кваліфікації є остаточним і може бути переглянуте виключно у випадку вчинених комісією порушень.

3. Зміни вказані в п. 2 цього наказу вважати невід’ємною складовою опису освітньої програми.

4. Зміни вказані в п.1 та п.2 цього наказу ввести в дію з дати реєстрації наказу.

В.о. ректора **Валерій КОПІЙКА**

ПОГОДЖЕНО:

Проректор з науково-педагогічної роботи	Андрій ГОЖИК
Начальник юридичного відділу	Юлія КРИЛОВА

Проєкт наказу вносить Дарія ЩЕГЛЮК

Розіслати:
Канцелярія -1
Відділ забезпечення якості освіти - 1
Навчально-науковий інститут журналістики - 1

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
№ 876-32 від 14.07.2026
КЕП: Гожик Андрій Петрович 13.07.2026 15:38:41
04AF212836405D9904000000DF9027008531F100

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
№ 876-32 від 14.07.2026
КЕП: КРИЛОВА ЮЛІЯ ІГОРІВНА 13.07.2026 17:00:44
5E984D526F82F38F04000000FA05DF00A6F6FE06

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
№ 876-32 від 14.07.2026
КЕП: ЩЕГЛЮК ДАРІЯ ВАСИЛІВНА 13.07.2026 15:32:52
5E984D526F82F38F04000000DD8E3F01E7419E07

Розглянуто та затверджено

на засіданні Вченої ради

від «01» грудня 2025 р.

протокол № 4

Введено в дію наказом ректора від

«14» липня 2026 за № 876-32

ДОДАТОК ДО ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«Корпоративні медіакомунікації»

є невід'ємною складовою опису освітньої програми

Рівень вищої освіти: другий (магістр)

за спеціальністю С7 «Журналістика»

галузі знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»

на здобуття професійної кваліфікації:

назва Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer

обсяг професійної кваліфікації: повна

за обов'язковою частиною програми

1. ПРОФІЛЬ ПРОФЕСІЙНОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ

Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer

ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ

«Корпоративні медіакомунікації»

зі спеціальності С7 «Журналістика»

1 - Загальна інформація	
Назва професійної кваліфікації	Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer
Рівень Національної рамки кваліфікацій	7 рівень НРК
Обсяг професійної кваліфікації (повна або часткова)	Повна
Мета діяльності за професійною кваліфікацією	Представлення компаній чи організацій зацікавленим сторонам і громадськості; використання комунікаційних стратегій для сприяння прихильному розумінню діяльності та іміджу своїх клієнтів.
Опис відповідності професійної кваліфікації: **кваліфікаційним вимогам, визначеним законодавством (із зазначенням законодавчих актів, в яких передбачено володіння професійною кваліфікацією (за наявності);** **кваліфікаційним характеристикам професій (із зазначенням відповідних довідників) (за наявності);** **відомостям із баз даних ISCO, ESCO та EUROPASS**	Професійна кваліфікація Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer відповідає: – ДК 003:2010 – інформацію не знайдено; – ДКХП – інформацію не знайдено; – за ISCO Unit group 2432 – Public relations officer; Режим доступу: http://data.europa.eu/esco/isco/C2432 – за ESCO 2432.9 – Public relations officer. Режим доступу: http://data.europa.eu/esco/occupation/c0489e22-6a1b-4e52-974a-eb71bbb42134 – EUROPASS – інформацію не знайдено

2 – Перелік професійних завдань та обов'язків	
Код	**Формулювання**
ПЗО.1	Планує та організовує рекламні кампанії та комунікаційні стратегії

ПЗО.2	Консультує керівників щодо наслідків їхньої політики, програм та практики для зв'язків з громадськістю, а також забезпечує підготовку та контроль випуску новин та прес-релізів.
ПЗО.3	Проводить та замовляє дослідження громадської думки, аналіз результатів та планування кампаній зі зв'язків з громадськістю та рекламних кампаній.
ПЗО.4	Організовує спеціальні заходи, семінари, розваги, конкурси та соціальні заходи для сприяння доброзичливому ставленню до компанії/організації та сприятливому розголосу інформації про діяльність компанії/організації.
ПЗО.5	Представляє компанію/організацію та організовує інтерв'ю для ЗМІ.
ПЗО.6	Бере участь у ділових, соціальних та інших заходах для просування компанії/організації
ПЗО.7	Здійснює замовлення та отримання фотографій та інших ілюстративних матеріалів.
ПЗО.8	Здійснює вибір, оцінку та перегляд матеріалів, наданих рекламними авторами, фотографами, ілюстраторами та іншими, для створення сприятливого розголосу про діяльність компанії/організації.
3 - Професійні компетентності	
Код	**Формулювання**
К1	Здатність проводити дослідження та аналіз зовнішніх факторів, що стосуються діяльності агенції, зокрема споживачів, позиції на ринку, конкурентів, політичної ситуації.
К2	Здатність використовувати різні типів комунікаційних каналів, як-от вербального, рукописного, цифрового та телефонного спілкування з метою створення та переказу ідей чи інформації.
К3	Здатність візуалізувати інформацію для різних цільових аудиторій, тобто готувати документи, слайд-шоу, плакати та будь-які інші носії, необхідні для певної аудиторії.
К4	Здатність збирати інформацію та писати пресрелізи, зважаючи на цільову аудиторію та гарантуючи, що аудиторія зчитає повідомлення.
К5	Здатність готуватися відповідно до контексту та виду ЗМІ (радіо, телебачення, інтернет, газети тощо) та давати інтерв'ю.
К6	Здатність захищати інтереси та потреби клієнта, вживаючи необхідних дій і досліджуючи всі можливості, щоб гарантувати, що клієнт отримає бажаний результат.

К7	Здатність консультувати бізнес чи громадські організації щодо управління зв'язками з громадськістю та стратегій, щоб забезпечити ефективну комунікацію з цільовою аудиторією, та належно передавати інформацію.
К8	Здатність консультувати клієнта, наприклад, політика, художника чи іншу особу, яка має справу з громадськістю, щодо того, як представити себе так, щоб отримати найбільшу прихильність широкої громадськості чи цільової аудиторії.
К9	Здатність налагоджувати відносини зі ЗМІ.
К10	Здатність організовувати інтерв'ю для групи журналістів, щоб зробити анонс або відповісти на запитання на певну тему.
К11	Здатність готувати повідомлення, плани, діаграми та іншу інформацію для презентації.
К12	Здатність забезпечувати якісні зв'язки з громадськістю (PR), керуючи поширенням інформації між особою чи організацією та громадськістю.
К13	Здатність створювати й редагувати цифровий контент у різних форматах, самовиражатися за допомогою цифрових засобів.
К14	Здатність керувати або брати участь у розробці та впровадженні планів внутрішніх і зовнішніх комунікацій та презентацій організації, включаючи її присутність в Інтернеті.
К15	Здатність планувати, координувати та впроваджувати діяльність, необхідну для підтримання зв'язків з громадськістю, зокрема визначати цілі, готувати інформацію, спілкуватися з партнерами та поширювати інформацію серед зацікавлених сторін.
К16	Здатність виражати наміри та поведінку злагоджено та прозоро, заохочуючи до взаємності та створюючи основу для надійного зв'язку, заснованого на довірі, між людьми та командами.
К17	Здатність аналізувати стратегічну основу компаній, тобто їхню місію, бачення та цінності, щоб інтегрувати цю основу у виконання своїх посадових обов'язків.
4 - Результати навчання	
Код	**Формулювання**
ПКРН1	Знати дипломатичні принципи.
ПКРН2	Використовувати дослідження ринку.

ПКРН3	Володіти діловою комунікацією
ПКРН4	Розуміти корпоративну соціальну відповідальність.
ПКРН5	Розуміти корпоративну сталість.
ПКРН6	Знати принципи комунікації.
ПКРН7	Використовувати риторику.
ПКРН8	Використовувати стратегічне планування.
ПКРН9	Здійснювати управління репутацією.
ПКРН10	Вміти формувати громадську думку.
ПКРН11	Використовувати цифрове спілкування та співпрацю.
5- Компетентності за ОП	
Код	**Формулювання**
ЗК02	Здатність планувати час та управляти ним.
ЗК03	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК04	Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово.
ЗК05	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ЗК06	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК07	Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
ЗК08	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.
ЗК09	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
СК01	Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв’язання задач дослідницького або інноваційного характеру у сфері журналістики.

СК02	Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.
СК03	Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.
СК05	Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.
СК06	Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
СК07	Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.

6 - Програмні результати навчання	
Код	**Формулювання**
ПРН04	Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації.
ПРН05	Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.
ПРН06	Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.
ПРН07	Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.
ПРН08	Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.
ПРН09	Проводити порівняльний аналіз законодавчої бази та діяльності окремих медіаінституцій України та країн Європейського Союзу.
ПРН11	Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

ПРН12	Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.
ПРН13	Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

2 - Освітні компоненти, які є підставою для присвоєння професійної кваліфікації

Код н/д	**Компоненти освітньої програми**	**Кількість кредитів**
Обов'язкові компоненти ОП *(за потреби)*		
ОК.4	Корпоративні медіакомунікації. Брендинг	**7**
ОК.5	Управління медіааудиторією. Медіація в управлінні медіабізнесом	**4**
ОК.6	Управління мультиплатформними медіапроєктами	**3**
ОК.7	Цифровий медіамаркетинг	**4**
ОК.9	Цифрові бізнес-моделі у медіагалузі	**3**
ОК.12	Стажування за професійною кваліфікацією	**8**
ВСЬОГО		**29**

3 - Матриця відповідності освітніх компонент ОП, які є підставою для присвоєння професійної кваліфікації та професійних компетентностей, що відповідають характеристиці професійної кваліфікації

Освітні компоненти **Професійні компетентності**	**ОК.4**	**ОК.5**	**ОК.6**	**ОК.7**	**ОК.9**	**ОК.12**
К1	+					
К2	+			+		
К3	+					

К4			+			+
К5	+					+
К6	+	+				
К7	+	+				+
К8		+	+			
К9	+	+	+	+	+	+
К10	+	+	+			
К11	+					
К12		+				+
К13				+	+	
К14	+			+		
К15	+	+				+
К16		+				+
К17	+	+	+			

4 - Матриця відповідності освітніх компонент ОП, які є підставою для присвоєння професійної кваліфікації та результатів навчання, що відповідають характеристиці професійної кваліфікації

Освітні компоненти **Результати навчання**	**ОК.4**	**ОК.5**	**ОК.6**	**ОК.7**	**ОК.9**	**ОК.12**
ПКРН1		+				
ПКРН2	+		+			+
ПКРН3	+	+	+	+	+	+
ПКРН4	+					
ПКРН5	+					
ПКРН6	+	+				
ПКРН7	+	+				
ПКРН8	+		+	+	+	+
ПКРН9	+					
ПКРН10		+				
ПКРН11	+	+	+	+	+	+

5 - Матриця відповідності компетентностей ОП та професійних компетентностей

Професійні компетентності Компетентності ОП	К 1	К 2	К 3	К4	К5	К6	К7	К8	К9	К10	К11	К12	К13	К14	К15	К16	К17
ЗК02	+																
ЗК03						+							+				
ЗК04								+									
ЗК05	+		+	+													
ЗК06							+	+									
ЗК07														+	+		
ЗК08		+	+							+	+	+	+				
ЗК09						+											
СК01	+																
СК02	+																
СК03					+				+								
СК05			+									+					

СК06	+								+							+	+
СК07	+																

6 - Матриця відповідності програмних результатів навчання та результатів навчання

Результати навчання **Програмні результати навчання**	**ПК РН1**	**ПК РН2**	**ПК РН3**	**ПК РН4**	**ПК РН5**	**ПК РН6**	**ПК РН7**	**ПК РН8**	**ПК РН9**	**ПК РН10**	**ПК РН11**
ПРН04			+								+
ПРН05										+	+
ПРН06		+						+	+		
ПРН07			+			+	+				
ПРН08		+						+			
ПРН09	+										
ПРН11			+	+		+	+			+	+
ПРН12				+	+						
ПРН13					+						

7 - Умови присвоєння професійної кваліфікації Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer

Рішення про присвоєння професійної кваліфікації фіксується в протоколах екзаменаційної комісії, до яких заноситься також інформація щодо погодження присвоєння професійних кваліфікацій за освітньою програмою Національним агентством кваліфікацій.

Рішення про присвоєння професійної кваліфікації ухвалюється за обов'язкової присутності члена комісії із числа роботодавців консенсусом усіх присутніх членів екзаменаційної комісії. За таких умов:

1. Успішне оволодіння фаховими компетентностями та результатами навчання обов'язкових дисциплін ОК.4 «Корпоративні медіакомунікації. Брендинг», ОК.5 «Управління медіааудиторією. Медіація в управлінні медіабізнесом», ОК.6 «Управління мультиплатформними медіапроєктами», ОК.7 «Цифровий медіамаркетинг» і ОК.9 «Цифрові бізнес-моделі у медіагалузі» не нижче 80 балів.

2. Проходження «Стажування за професійною кваліфікацією» (ОК.12, 8 кредитів ЄКТС) з оцінкою не нижче 80 балів.

Отриманий під час стажування за професійною кваліфікацією з відривом від навчання практичний досвід повинен підтверджуватись засвідченими керівником практики та печаткою (за наявності) бази практики щоденником та звітом з практики із зазначенням виду, дати та тривалості виконання переліку професійних завдань та обов'язків. Звіт з практики має підтверджувати успішне виконання практикантом не менш як двох третин переліку професійних завдань та обов'язків, якими має володіти власник професійної кваліфікації **Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer.**

До складу екзаменаційної комісії входить принаймні один член комісії, який має досвід діяльності, що передбачає наявність професійної кваліфікації **Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer** або виконує управлінські функції щодо працівників, які виконують діяльність, що передбачає наявність такої професійної кваліфікації, і при цьому він є представником роботодавців (із числа підприємств, установ або організацій, що здійснюють діяльність за профілем відповідної професійної кваліфікації).

Рішення екзаменаційної комісії щодо відмови у присвоєнні здобувачеві освіти професійної кваліфікації є остаточним і може бути переглянуте виключно у випадку вчинених комісією порушень.

8 - Обґрунтування необхідності впровадження професійної кваліфікації

Обґрунтування Київським національним університетом імені Тараса Шевченка необхідності присвоєння професійної кваліфікації
Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer
на національному ринку праці
для освітньо-професійних програм
другого (магістерського) рівня
«Медіакомунікації в бізнесі»
спеціальності 061 «Журналістика»
галузі знань 06 «Журналістика»
«Корпоративні медіакомунікації»
спеціальності С7 «Журналістика»
галузі знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»

Назва професійної кваліфікації: Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer

Код: за ISCO-08 – 2432.9

Галузь економічної діяльності: Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю (КВЕД 70.21): надання консультаційних послуг, управлінської й оперативної підтримки, що охоплює діяльність із лобіювання для підтримки компаній та інших організацій із взаємодії та зв'язків із громадськістю.

Професіонали зі зв’язків з громадськістю (ESCO 2432): планують, розробляють, впроваджують та оцінюють інформаційно-комунікаційні стратегії, які створюють розуміння та сприятливе уявлення про бізнес та інші організації, їхні товари та послуги, а також їхню роль у громаді.

Рівень аналізу: національний (вся Україна).

1. Поточний попит на PR-фахівців у 2024–2025 рр.

За даними сайтів вакансій Work.ua і Robota.ua, в Україні є сотні актуальних пропозицій для спеціалістів зі зв’язків з громадськістю (PR) та суміжних спеціальностей. Наприклад, на Work.ua на початку 2025 року було близько 180 активних вакансій «PR- фахівець» за останні 30 днів [1]. На Robota.ua нині налічується кілька тисяч вакансій: за запитом «PR-спеціаліст» – понад 4000 оголошень по всій Україні (для «PR-менеджер» – 230) [2]. Держслужба зайнятості (ДСЗУ) не публікує відкрито зрізи по вузько визначеним PR- спеціальностям, але загальні дані «маркетинг, реклама, PR» свідчать про схожу динаміку.

Середні зарплати і їх динаміка. За даними Work.ua, середня зарплата PR-менеджера нині сягає ~33 000 грн/міс (станом на жовтень 2025) [3], а PR-фахівця – близько 32 500 грн (вересень 2025) [4]. Фахівець із внутрішніх комунікацій (“комунікаційник”) заробляє в середньому ~32 000 грн/міс (травень 2025) [5], прес-секретар – ~31 000 грн (за резюме) [6]. За останній рік заробітки PR-спеціалістів виросли приблизно на **18–21%** [4, 5]. До війни (2021) середня зарплата у сфері “маркетинг/PR” була ~31 300 грн, але після початку бойових дій вона тимчасово впала до ~26 500 грн (серпень 2022) [7]. Проте вже у 2024–2025 роках середня зарплата відновилася і перевищує довоєнний рівень [3]. Загалом, за 3 останні роки спостерігається довгострокове зростання зарплат (навіть з урахуванням інфляції), що відображає поступове пожвавлення ринку праці після кризи.

2. Динаміка попиту (3–5 років)

До початку війни (до 2022) спеціалісти з маркетингу, реклами та PR були серед найзатребуваніших на ринку праці. Після лютого 2022 р. попит на всі галузі тимчасово впав: конкуренція за вакансії зросла в рази (з 1,4 людини на вакансію у 2021 до ~8,5 у серпні 2022) [7]. Середня зарплата також знизилася (на ~32% в перерахунку на долари) [8]. Проте з 2023 року ринок почав відновлюватися: **активність працевлаштування у сфері PR зростає**, що підтверджують дані пошукових платформ. Експертні дослідження фіксують посилення проблем галузі (нестача кадрів, дефіцит бюджетів), але і відродження галузевого попиту. Згідно з Всеукраїнською рекламною коаліцією, головні виклики галузі – обмежені ресурси та неможливість довгострокового планування через війну, а також **«нестача професійних кадрів»** на ринку [8]. Водночас ринок маркетингових послуг у цілому продовжує рости (загальні доходи агентств у 2024 році збільшилися на ~42%) [9], що свідчить про поступове оживлення діяльності компаній.

3. Аналіз роботодавців

Основні роботодавці: Серед замовників PR-послуг – і великі корпорації, і державні структури, і НГО. Так, **агенції з комунікацій** (наприклад, PRO.people Recruitment Agency чи Razom Group) активно набирають PR-спеціалістів [2]. У приватному секторі – **крупні бренди і корпорації**: харчова індустрія (МНР), ритейл (Fozzy Group/Сільпо, SPAR), телеком (Kyivstar, Vodafone), банки (ПриватБанк), IT-компанії (Eleks, YouControl), FMCG (Carlsberg Ukraine,

“Житомирський м’ясокомбінат” тощо). Також є попит у державному секторі (ЗСУ, поліція, політичні партії, держустанови) – наприклад, у прикордонних підрозділах чи оборонних організаціях. НУО та благодійні фонди (Red Cross Ukraine, “Повернись живим” тощо) теж шукають PR-фахівців.

Приклади вакансій: на Work.ua публікуються позиції типу «PR-менеджер» у продуктовому ритейлі чи сервісах (зарплата ~60–80 тис. грн) [1], «Менеджер комунікацій (SMM/PR)» для промислових або ТОВ-секретаріатів (з такими ж рівнями доходу), **патріотичні і військові** позиції («Пресофіцер» у ЗСУ за 25–120 тис. грн [1], «Комунікаційник, SMM-менеджер» для бригади ЗСУ 155 ОМБр за 20–120 тис. грн [1]). Типові вимоги: вища освіта (журналістика, філологія, маркетинг/PR), кілька років досвіду, знання мов (англ. часто обов’язково), вміння писати прес-релізи, працювати з соцмережами та медіа.

4. Компетентності та навички

З вакансій і опитувань галузі видно, що PR-фахівець повинен мати **розвинені комунікаційні, креативні та стратегічні навички**. Основні завдання – планувати інформаційні кампанії, генерувати контент (текстовий/візуальний), формувати ключові меседжі та просувати бренд [1]. Спеціаліст повинен уміти працювати зі ЗМІ (знати алгоритми Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube [10]), мати сильні навички копірайтингу, створювати публікації, статті, вести соціальні мережі. Нерідко потрібні навички SMM-менеджера: вміння налаштовувати рекламу (Google Ads, Facebook Ads, Canva для креативів) [10]. За даними опитування ВРК, 88% PR-фахівців у своїй роботі взаємодіють з медіа, 75% – створюють контент, 70% – генерують креативні ідеї, 60% – організовують заходи [8].

Щодо **цифрових та аналітичних інструментів**, PR-спеціалісти використовують CRM-системи (зазвичай ті ж, що й маркетологи) для зберігання контактів журналістів і клієнтів [11], платформи SMM (Facebook Business, Instagram, LinkedIn, спеціальні сервіси розсилок) для поширення контенту, а також сервіси медіамоніторингу і аналітики (наприклад, Brand24, LOOQME, Meltwater чи локальні аналоги) для відстеження згадок бренду. У вакансіях часто зазначають досвід роботи з офісним пакетом, знання іноземних мов, вміння використовувати BI/аналітичні інструменти (Google Analytics).

5. Висновки і прогнози

Незважаючи на виклики, попит на **спеціалістів зі зв’язків з громадськістю (PR-фахівців)** залишається стійким. Зростання зарплат і активність вакансій свідчать про відродження ринку маркетингових та комунікаційних послуг [3, 9]. Водночас є суттєвий дефіцит кваліфікованих кадрів [8, 9], що означає конкуренцію серед роботодавців за досвідчених спеціалістів. З огляду на кількість вакансій (сотні щомісяця на головних порталах), можна оцінити потребу в **нових PR-фахівцях** в Україні у **тисячах осіб на рік** (з урахуванням кадрової мобільності та оновлення штатів).

Прогноз на 3–5 років: за сприятливого розвитку економіки і стабілізації безпекової ситуації попит на PR і комунікаційників буде **зростати** – особливо у цифровому просторі, внутрішніх комунікаціях та бренд-менеджменті роботодавця. Проте ризики залишаються (невпевненість через війну, скорочення маркетингових бюджетів, нові технології, які можуть оптимізувати частину рутинних задач). Загалом можна очікувати поступове збільшення ролі

комунікаційних фахівців у компаніях, але з огляду на галузеві виклики важливо стежити за адаптацією навичок PR-спеціалістів до нових реалій [8, 9].

6. Використані джерела

Дані та цитати взято з відкритих ресурсів: портали Work.ua і Robota.ua [1, 2, 11], дослідження галузевих асоціацій та ЗМІ (Marketer.ua, ВРК) [7, 8]. Це забезпечує репрезентативний огляд стану ринку праці PR-фахівців в Україні.

1. PR-фахівець. Вакансії і робота в Україні — Work.ua. https://www.work.ua/jobs-pr-%D1%84%D0%B0%D1%85%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C/?sort=salary
2. Робота pr спеціаліст в Всій Україні, пошук вакансій pr спеціаліст в Всій Україні | robota.ua. —https://robota.ua/zapros/pr-spetsialist/ukraine
3. PR-менеджер: середня зарплата в Україні — Work.ua. https://www.work.ua/salary-pr-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/?salaryTrendsPeriod=3
4. PR-фахівець: середня зарплата в Україні — Work.ua. — https://www.work.ua/salary-pr-%D1%84%D0%B0%D1%85%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C/
5. Комунікаційник: середня зарплата в Україні — Work.ua https://www.work.ua/salary-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BA/
6. Прес-секретар: середня зарплата в Україні. Дані за резюме — Work.ua https://www.work.ua/salary-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81-%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%8C/?count=by-resumes
7. Маркетинг, реклама, PR: як змінився ринок праці після початку війни • Marketer. — https://marketer.ua/ua/marketing-pr-how-the-labor-market-has-changed-since-the-start-of-the-war/
8. VRK | Як виглядає мапа PR-галузі України: результати дослідження. — https://vrk.org.ua/news-events/2025/pr-survey-results.html
9. UNBREAKABLE. Оцінка ринку маркетингових сервісів України. Коригування прогнозу на 2025 рік
   Источник: https://marketer.ua/ua/unbreakable-assessment-of-the-marketing-services-market-in-ukraine/
10. Робота: smm, pr-менеджер у Києві. Вакансії і робота — Work.ua. — https://www.work.ua/jobs-kyiv-smm%2C+pr-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/
11. CRM-маркетинг у дії: як підвищити KPI за допомогою CRM-системи. — https://nethunt.ua/blog/crm-markietingh/

9 - Оцінка потреби у працівниках з такою професійною кваліфікацією на ринку праці національного та/або регіонального рівнів від роботодавців та/або їх об'єднань

Додається лист роботодавців.

10 – Сертифікат про акредитацію освітньої програми



НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

СЕРТИФІКАТ
ПРО АКРЕДИТАЦІЮ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітньо-професійна програма

Корпоративні медіакомунікації

С7 Журналістика

другий (магістерський) рівень

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

вул. Володимирська, 60, Київ, 01601, Україна; ідентифікаційний код 02070944

Дата видачі 07.08.2025

Строк дії 01.07.2028

№ 18355

Гарант освітньої програми _____ **проф. Олена РИЖКО**