

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ
СИЛАБУС**

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ/ MASS COMMUNICATIONS

Інформація про викладачів		
Викладач(-і)	Прізвище, власне ім'я	Прізвище, власне ім'я
	Якушевська Оксана	Болховітіна Анна
Науковий ступінь	Кандидат економічних наук	-
Вчене звання	Доцент	-
Посада	Доцент кафедри маркетингу та реклами	Старший викладач кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, корп. 1, каб. 28	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, корп. 1, каб. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02	(0432) 55-04-02
E-mail:	o.yakushevska@vtei.edu.ua	a.bolkhovitina@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=163	
Інформація про дисципліну		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Галузь знань	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини	
Спеціальність	С7 «Журналістика»	
Освітня програма	«Реклама і зв'язки з громадськістю»	
Навчальний рік	2026/2027	
Семестр	1	
Факультет	торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування	
Курс	1	
Групи	РЗГ-11д	
Анотація курсу	ОК «Масові комунікації» спрямований на формування у здобувачів системного розуміння масових комунікацій як соціокультурного та інформаційного феномену, що визначає механізми виробництва, поширення та сприйняття інформації у суспільстві. Мета ОК – формування у здобувачів системного розуміння природи, структури, еволюції та суспільної ролі масових комунікацій, здатності аналізувати медіасистеми, аудиторії, повідомлення і канали, створювати та оцінювати медіапродукти для різних платформ, критично працювати з інформацією і даними, а також відповідально здійснювати професійну комунікацію в цифровому, міжкультурному та кризовому середовищі. Особлива увага приділяється українському медіаконтексту, алгоритмічним платформам, штучному інтелекту, верифікації інформації, етиці та безпеці комунікацій в умовах російсько-української війни. Курс покликаний забезпечити засвоєння базових понять і концепцій сучасного медіасередовища як основи для подальшого опанування професійних дисциплін у сфері журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю.	
Мова викладання	Українська	
Місце дисципліни в освітній програмі		
Освітня	Реклама і зв'язки з громадськістю	

програма (ОП)	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 03. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК 04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. СК 02. Здатність формувати інформаційний контент. СК 03. Здатність створювати медіапродукт. СК 06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.
Перелік програмних результатів навчання (ПР)	ПР 01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань. ПР 02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. ПР 03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами. ПР 04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел. ПР 08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань. ПР 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою. ПР 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. ПР 15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення. ПР 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.
Пререквізити освітнього компонента	ОК «Масові комунікації» не передбачає обов'язкових попередніх дисциплін. Для успішного засвоєння матеріалу бажано мати базові знання з історії, громадянської освіти, мови та літератури, а також загальне уявлення про суспільні процеси та роль інформації у сучасному світі. Курс розрахований на здобувачів, які лише розпочинають професійну підготовку у сфері журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю.

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття	самостійна робота студентів		
Тема 1. Масові комунікації як соціальний феномен	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Тема 2. Еволюція медіа та засобів масової комунікації	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 3. Теоретичні моделі масової комунікації	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Тема 4. Медіасистеми та медіаіндустрія	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 5. Медіааудиторія та медіаспоживання	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Тема 6. Друковані та текстові медіа	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 7. Радіомовлення та	10	2	2	6	РМГ, П,	5

аудіомедіа					В, Е	
Тема 8. Телебачення та відеомедіа	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 9. Цифрові медіа та інтернет-комунікації	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Тема 10. Соціальні платформи та мережеві комунікації	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 11. Реклама в системі масових комунікацій	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Тема 12. Зв'язки з громадськістю в системі масових комунікацій	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 13. Штучний інтелект і трансформація масових комунікацій	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Тема 14. Глобалізація та міжкультурні комунікації	10	2	2	6	РМГ, П, Т, Е	5
Тема 15. Масові комунікації в умовах кризи, війни та конфлікту	10	2	2	6	РМГ, П, В, Е	5
Індивідуальне завдання	30			30	ІЗ	25
Всього	180/ 6	30	30	120		100
Підсумковий контроль – екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання	Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах: В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал. Т – тестування – 1 бал. Е – есе – 1 бал. РМГ – робота в малих групах – 1 бал. П – презентація – 2 бали. ІЗ – індивідуальні завдання – до 25 балів за семестр: – Творчий проєкт «Розробка комплексної медіакампанії для популяризації української культури за кордоном» – до 20 балів: визначення концепції, мети та цільової аудиторії кампанії – до 3 балів; обґрунтування комунікаційної стратегії із застосуванням однієї з теоретичних моделей масової комунікації – до 3 балів; вибір медіаканалів з урахуванням особливостей медіаспоживання міжнародної аудиторії – до 3 балів; розробка та адаптація комунікаційних матеріалів для щонайменше трьох каналів поширення – до 6 балів; визначення показників ефективності, етичних вимог і можливих комунікаційних ризиків – до 3 балів; презентація та захист проєкту – до 2 балів. – Участь у наукових заходах або проходження онлайн-курсу – до 5 балів за одним із варіантів: – підготовка та опублікування тез доповіді за тематикою дисципліни – до 5 балів; – підготовка та виголошення доповіді на науковій конференції, круглому столі або засіданні наукового гуртка за тематикою дисципліни – до 5 балів; – участь у науковому заході як слухача з підготовкою аналітичного звіту за тематикою дисципліни – до 3 балів; – успішне проходження онлайн-курсу «Цифрові комунікації в глобальному просторі» на платформі Prometheus – до 5 балів: сертифікат про завершення – до 3 балів; аналітичний звіт із порівнянням особливостей поширення одного суспільно значущого повідомлення через сайт, соціальну мережу та
---	--

	месенджер – до 2 балів. URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-communications-global/. Загальна оцінка за ІЗ не може перевищувати 25 балів: до 20 балів за творчий проєкт та до 5 балів за наукову участь або онлайн-навчання. Творчий проєкт має відрізнятися від завдань практичних занять. Один і той самий результат роботи або сертифікат повторно не оцінюється. Презентація та захист проєкту входять до оцінки за ІЗ і додатково за формами контролю «П» та «В» не зараховуються. Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів. Критерії оцінювання відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти».
Основні літературні та інформаційні джерела	1. Rosenberry J., Vicker L. A. <i>Applied Mass Communication Theory: A Guide for Media Practitioners</i>. 3rd ed. New York: Routledge, 2022. 300 p. 2. Копистинська І. М. Проблематика засобів масової комунікації та реклами: навчальний посібник. Київ: ФранкоПак, 2022. 203 с. 3. Соціологія масової комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. О. О. Каретна, М. А. Яценко. Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2024. 84 с. 4. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с. 5. Мудра І. Менеджмент і маркетинг ЗМІ: підручник. Львів ; Київ: Каравела, 2024. 284 с. 6. Семен Н. Ф. Медіатехнології: навчальний посібник. Київ: Каравела, 2024. 118 с. 7. Березенко В. В., Санакоєва Н. Д. Теорія і практика PR: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2023. 180 с. 8. Крайнікова Т. С., Водолазька С. А., Рижко О. М., Ситник О. В. Штучний інтелект у медіях: навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти спеціальності 061 «Журналістика». Житомир: Морфеус, 2025. 239 с. 9. Посібник з журналістської етики / А. Куликов, Л. Кузьменко, М. Дворовий, Д. Дуцик, Л. Куш. Київ: Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с. 10. Jensen K. B., Lai S. S. <i>Media and Society: An Introduction</i>. Abingdon ; New York: Routledge, 2025. 258 p. 11. Bradshaw P. <i>The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age</i>. 3rd ed. Abingdon ; New York: Routledge, 2023. 12. Kobre K. <i>Videojournalism: Multimedia Storytelling for Online, Broadcast and Documentary Journalists</i>. 2nd ed. New York: Routledge, 2024. 392 p.
Політика освітнього компоненту	
Організація навчання	Організація освітнього процесу здійснюється відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти». Відвідування лекційних і практичних занять, проведення консультації, виконання самостійної роботи.
Інтеграція ІІІ в освітній процес	<i>Інтеграція ІІІ в освітній процес здійснюється відповідно до Політики застосування штучного інтелекту (ІІІ).</i> Згідно з пунктом 3 Політики, здобувачам дозволяється академічно доброчесне використання інструментів ІІІ з навчальною метою, зокрема для: – генерування початкових ідей і гіпотез під час виконання навчальних, аналітичних і творчих завдань з масових комунікацій; – структурування матеріалу, формування планів, запитань, порівняльних схем і можливих підходів до аналізу медіаповідомлень та комунікаційних ситуацій; – попередньої систематизації, порівняння та узагальнення значних обсягів інформації, медіатекстів, матеріалів досліджень аудиторії та інших навчальних даних;

	– моделювання різних варіантів медіаповідомлень з урахуванням особливостей аудиторії, медіасередовища та комунікаційної ситуації; – удосконалення структури, логіки викладу, мовного оформлення та зрозумілості власних навчальних текстів; – формування запитань і алгоритмів для подальшої самостійної перевірки інформації, зіставлення джерел і критичного аналізу медіаматеріалів; – використання ІІІ як об'єкта аналізу під час вивчення генеративного ІІІ, синтетичних медіа, дипфейків, авторства, прозорості, етики та відповідальності у сфері масових комунікацій.
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється на кафедрі маркетингу та реклами щопонеділка з 12.00 год. до 16.00 год., щочетверга – з 10.00 год. до 16.00 год. шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль-екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзаміні) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзаміні). Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти».
Академічна доброчесність	Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти. Політика застосування штучного інтелекту (ІІІ). Під час роботи над індивідуальними завданнями, проектами, есе не припустиме порушення академічної доброчесності. Презентації та доповіді мають бути авторськими оригінальними.
Інші складові політики освітнього компонента	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо студент відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Участь з доповідями у студентських конференціях, семінарах, гуртках, дискусійних клубах, проходження онлайн курсів (наприклад «Prometheus», «Coursera»), тренінгів з тематики освітнього компонента.

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 13 від 20.08.2026

Науково-педагогічний працівник



Оксана ЯКУШЕВСЬКА



Анна БОЛХОВІТИНА

В.о. завідувача кафедри



Надія АНДРУСЕНКО