

Відгук  
щодо функціонування магістерської освітньо-професійної програми  
«Медіакомунікації в бізнесі»  
зі спеціальності № 061 «Журналістика»  
Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Одна з проблем, яку оприявило повномасштабне вторгнення РФ в Україну, – це невміння багатьох брендів комунікувати з соціумом в умовах війни. Внаслідок цього поряд зі справді креативними кейсами від, приміром, «Укрпошти», «Нової пошти» чи «Монобанку», з'являються відверто провальні, що паразитують, хайпуючи на гострих темах війни і соціальної відповідальності. Звідси постає гостра потреба у справжніх професіоналах, спроможних вести якісну медійну комунікацію, стаючи надійними посередниками між бізнесом і соціумом. А отже, магістерська освітньо-професійна програма «Медіакомунікації в бізнесі», безсумнівно, актуальна й затребувана на ринку освітніх послуг.

Блок основних дисциплін особливо цінний такими курсами, як «Бізнес-комунікації організацій. Брендинг», «Управління мультиплатформними медіапроектами», «Цифрові бізнес-моделі у медіа галузі», «Цифровий медіа маркетинг, Управління медіа аудиторією». У блокові вибіркового дисциплін хотілося б виділити такі курси, як «Менеджмент і продюсування проєктів», «Інноваційні тренди в бізнес-комунікаціях», «Технології віртуальної та доповненої реальності в медіакомунікаціях», «Репутаційний менеджмент». Опанування знань і вмінь у межах цих дисциплін спроможне забезпечити магістрантам конкурентні переваги на сучасному ринку праці.

Також хотіла б акцентувати увагу на тому, що з-поміж фахових компетентностей, вироблення яких забезпечує програма, є здатність проводити дослідницьку або інноваційну діяльність у галузі соціальних комунікацій та медіакомунікацій (ФК-4) і здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються



(ФК-5). Доказом вироблення таких компетентностей може бути дослідницька робота магістрантів і представлення її на конференціях. Як приклад хочу назвати доповідь «Роль інформаційно-комунікаційних технологій в освітньому процесі» випускниці програми Наталії Карауланової, із якою вона взяла участь у круглому столі 14-ї наукової студентської конференції «Європейські стандарти освітніх програм: молодь і наука», організованої Факультетом міжнародних відносин НАУ за участі Асоціації соціального розвитку через право (10 листопада 2022 року). Матеріали для доповіді магістрантка зібрала під час реалізації власної комунікаційної стратегії, розробленої для приватного навчального закладу «Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов».

Таким чином, вважаю, що магістерська освітньо-професійна програма «Медіакомунікації в бізнесі» потрібна суспільству, актуальна, належно функціонує, забезпечуючи належну підготовку фахівців медіакомунікацій в бізнесі, які можуть вибудовувати для сучасних організацій і бізнесів якісну систему комунікацій і застосовувати інструменти оцінки її ефективності, конкурентоздатності на ринку.

Канд. наук із соц. ком., доцент,  
зав. каф. реклами і зв'язків з громадськістю  
Факультету міжнародних відносин  
Національного авіаційного університету

Антоніна ІВАЦУК

