

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
Факультет PR, журналістики та кібербезпеки
Кафедра зв'язків з громадськістю і журналістики

Наукова робота
студентів груп ПР-18, ПР-28, Ж-38 спеціальності 061 «Журналістика»

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Тема кваліфікаційної роботи	Науковий керівник	Апробація
1.	Виговська Катерина Валеріївна	Телевізійні новини як інструмент формування картини світу (на матеріалі «ТСН» (1+1) та «Фактів» (ICTV))	Парфенюк Ігор Миколайович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент	Виговська К.В. Теленовини як інструмент впливу на громадську думку. Наука, технології, інновації: тенденції розвитку в Україні та світі. Матеріали науково-практичної конференції (м. Полтава, 27-28 травня 2022 р.). Херсон: Видавництво «Молодий вчений». 2022. С.105-108.
2.	Волконовська Вероніка Ігорівна	Технології впливу (маніпуляція, пропаганда, агітація) в інформаційному просторі	Парфенюк Ігор Миколайович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент	Волконовська В.І. Пропаганда у виборчому процесі 2019 року в Україні. Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С. 33-38.
3.	Євтушевська Ольга Сергіївна	Соціальні мережі як ефективний інструментарій у сфері політичного PR	Кочубей Лариса Олександрівна, доктор політичних наук, професор	Євтушенко О.С. Вплив соціальних мереж на виборчі процеси в Україні (за досвідом США). Неперервна освіта для сталого розвитку: філософсько-теоретичні контексти та педагогічна практика: Матеріали IV Міжнародної

				науково-практичної конференції. 03-04 грудня 2021 р., м. Дніпро, КЗВО «ДАНО» ДОР». / Наук. ред. О.Є. Висоцька. Дніпро: СПД «Охотнік». 2021. С.171-172.
4.	Іванова Катерина Іванівна	PR у соціальних проектах: особливості, методи, тренди	Котляренко Світлана Василівна, кандидат філологічних наук, доцент	Іванова К.І. PR у соціальних проєктах: особливості, методи, тренди. Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С.70-73.
5.	Пугач Ірина Вікторівна	Реаліті-шоу на українському телебаченні: різновиди, типологічні пріоритети, особливості функціонування	Сенченко Оксана Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, ст. викладач	Пугач І.В. Реаліті-шоу на українському телебаченні: різновиди, типологічні пріоритети, особливості функціонування. Наука, технології, інновації: тенденції розвитку в Україні та світі. Матеріали науково-практичної конференції (м. Полтава, 27-28 травня 2022 р.). Херсон: Видавництво «Молодий вчений». 2022. С. 116-118.
6.	Резнік Анастасія Вячеславівна	Використання зарубіжного досвіду організації PR- діяльності в Україні	Рибаченко Віктор Федорович, Заслужений працівник культури України, доцент з/н	Резнік А.В. До питання про використання зарубіжного досвіду у веденні PR-діяльності. тенденції розвитку науки та інформаційних технологій: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 27–28 травня 2022 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України.

				Одеса : ГО «Інститут інноваційної освіти». 2022. С.138-139.
7.	Рудніцька Марія Петрівна	Взаємодія рекламних і PR-технологій при просуванні торгової марки	Рибаченко Віктор Федорович, Заслужений працівник культури України, доцент з/н	Рудніцька М.П. Застосування торгових марок для подальшого просування. Сучасні світові тенденції розвитку науки та інформаційних технологій: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 27–28 травня 2022 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. Одеса : ГО «Інститут інноваційної освіти». 2022. С.140-142.
8.	Скупневська Марія Юріївна	Особистий бренд як інструмент просування продуктів у соцмережах	Котляренко Світлана Василівна, кандидат філологічних наук, доцент	Скупневська М.Ю. Особистий бренд як спосіб просування продуктів у соціальних мережах. Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С. 148-151.
9.	Стороженко Катерина Романівна	Висвітлення гендерних питань в українському медіапросторі	Зикун Наталія Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор	Стороженко К. Р. Гендерні питання в українському медіапросторі. Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С. 154-156.

10.	Зубковська Анна Миколаївна	Феномен кіберзлочинності у сучасному медіапросторі	Осаула Вадим Олександрович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент з/н	Зубковська А.М. Феномен кіберзлочинності у сучасному медіапросторі. Наука, технології, інновації: тенденції розвитку в Україні та світі. Матеріали науково- практичної конференції (м. Полтава, 27-28 травня 2022 р.). Херсон: Видавництво «Молодий вчений». 2022. С.109-111.
11.	Кучмик Владислав Олексійович	Таргетована реклама як засіб створення особистого бренду	Котляренко Світлана Василівна, кандидат філологічних наук, доцент	Кучмик В.О. Таргетована реклама як метод створення особистого бренду. Інформаційні технології в соціокультурній сфері, освіті та економіці: матеріали VI Міжнар. наук.- практ. конф. студентів і молодих учених, м. Київ, 19-20 квітня 2022 р. / М-во освіти і науки України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ. 2022.С.172-173.
12.	Макарчук Марія Віталіївна	Формування іміджу компанії PR-засобами	Галудзіна-Горобець Вікторія Ігорівна, кандидат мистецтвознавства, доцент	Макарчук М.В. Значення позитивного іміджу в діяльності компанії. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики. Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 23 вересня. 2022 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид.центр КНУКіМ. 2022. С.176-179.
13.	Орішко Марина Анатоліївна	Інтеграція рекламних і PR-технологій при просуванні торгової марки	Рибаченко Віктор Федорович, Заслужений працівник культури України, доцент з/н	Орішко М.А. До питання про вплив реklamних технологій в просуванні торгової марки. Сучасні світові тенденції розвитку науки та інформаційних технологій: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 27–28 травня 2022 р.) / ГО «Інститут

				інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. Одеса : ГО «Інститут інноваційної освіти». 2022. С.137-138.
14.	Петров Єгор Богданович	Новітній інструментарій PR у політичній сфері	Кочубей Лариса Олександрівна, доктор політичних наук, професор	Петров Є.Б. Сучасні політичні процеси в Україні: вплив соціальних мереж. Неперервна освіта для сталого розвитку: філософсько-теоретичні контексти та педагогічна практика: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. 03-04 грудня 2021 р., м. Дніпро, КЗВО «ДАНУ» ДОР». / Наук. ред. О.Є. Висоцька. Дніпро: СПД «Охотнік». 2021.С.205-206.
15.	Попова Валерія Михайлівна	Робота PR-відділу як інструмент ефективного розвитку організації	Зикун Наталія Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор	Попова В.М. Специфіка висвітлення PR-діяльності в соціальних мережах. Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С.139-142.
16.	Матрунич Анастасія Валеріївна	Фешн-журналістика: відголосок традицій і сучасні тенденції	Лисинюк Марина Віталіївна, доктор філософії, доцент	Матрунич А.В. Фешн-журналістика та її особливості як напряму. Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С.106-109.
17.	Мороз Катерина Олександрівна	Вплив телереклами на українську громадську	Гарачковська Оксана Олександрівна, доктор	Мороз К.О. Вплив телереклами на українську громадську думку. Молодіжна

		думку (на прикладі телеканалу «1+1» тощо)	філологічних наук, професор	наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу: матеріали звітної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ : Вид. центр КНУКіМ. 2021. С.110-112.
18.	Ярова Анна Вікторівна	Інструментарій сучасних українських медіа як засіб маніпуляції суспільною думкою	Гребньов Геннадій Вікторович, Заслужений журналіст України, доцент з/н	Ярова А.В. Особливості впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість. Наука сьогодення: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій. Матеріали науковопрактичної конференції (м. Київ, 24-25 червня 2022 р.). Одеса: Видавництво «Молодий вчений». 2022. С. 62-65.