

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Кафедра журналістики та реклами
Київський університет імені Бориса Грінченка
Одеська національна академія харчових технологій
НТУУ "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"
Запорізький національний університет
Національний авіаційний університет
Інституту психології Костюка НАПНУ
Research Culture Society, India
School of Finance and Law, Poland
Humber College, Canada
The University of Milan Milan, Italy
Millikin University, USA

МІЖНАРОДНИЙ КРУГЛИЙ СТІЛ

«МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ» (ДО ДНЯ ЖУРНАЛІСТА)

ПРОГРАМА

Київ, 2 червня 2022 року

Київ 2022

РЕГЛАМЕНТ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

*2 червня 2022 року, четвер
онлайн-формат*

11:50 – 12:00

Реєстрація учасників

12:00 – 12:15

Відкриття круглого столу

12:15 – 14:10

Пленарне засідання

14:20 – 16:00

Секційні засідання

РОБОЧИЙ РЕГЛАМЕНТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Відкриття конференції – до 15 хв.

Доповідь – до 10 хв.

Виступ під час обговорення – до 2 хв.

Підключитись до конференції Zoom

<https://us04web.zoom.us/j/7162249641?pwd=S0c5MGhoWWtQbGQ4RUQ5dWorT21lZz09>

Ідентифікатор конференції: 716 224 9641

Код доступу: 744077

Відкриття круглого столу

◆ 12:00 – 12:15 ◆

- **Анатолій МАЗАРАКІ**

ректор Державного торговельно-економічного університету,
д-р екон. наук, професор, академік НАПН України,
заслужений діяч науки і техніки України,
лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки

- **Наталія ПРИТУЛЬСЬКА**

перший проректор з науково-педагогічної роботи ДТЕУ
доктор технічних наук, професор

- **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**

перший проректор з наукової роботи ДТЕУ
доктор економічних наук, професор

- **Віктор ОСИКА**

декан факультету торгівлі та маркетингу ДТЕУ
доктор технічних наук, професор

- **Оксана ГОЛІК**

заступник декана з навчальної роботи
факультету торгівлі та маркетингу ДТЕУ,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

- **Діана ФАЙВІШЕНКО**

завідувач кафедри журналістики та реклами,
доктор економічних наук
доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

Пленарне засідання

◆ 12:15 – 14:10 ◆

1.	Медіабезпека в умовах сучасних сучасних геополітичних конфліктів	Олександр КУРБАН кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедра реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка
2.	Інструментарій медіаграмотності для формування мовних компетентностей	Наталя ТЕСЛЕНКО кандидат філологічних наук, доцентка, заступниця деканеси факультету міжнародної торгівлі та права, доцентка кафедри сучасних європейських мов, Державний торговельно-економічний університет
3.	Trends of media market in Poland in 2020-2021	Dra. Yanina LISUN PhD, Department of Journalism and Advertising State University of Trade and Economics, Ukraine Dr. Aleksander SAPIŃSKI PhD, Bielsko Biala School of Finance and Law, Poland
4.	Графічні застосунки у медіаосвіті фахівців з реклами	Галина БРЮХАНОВА кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
5.	Проблеми теорії журналістики в епоху соціальних медіа	Катерина ФЕДОРИШИНА старший викладач кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

6.	Економічна журналістика в умовах неконтрольованих мультикриз	Яніна ЛІСУН кандидат економічних наук, докторант кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
7.	Clubhouse як медіаплатформа у 2022 році	Анастасія КУЦЕНКО 4 курс ОС «бакалавр», 13 група ФТМ ДТЕУ Діана ФАЙВІШЕНКО завідувач кафедри журналістики та реклами, доктор економічних наук доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
8.	Підготовка фахівців з реклами та PR в університетах Німеччини	Галина АЛДАНЬКОВА кандидат економічних наук, доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
9.	Основи економічної грамотності в медіаосвіті	Володимир ТОКАР доктор економічних наук, професор кафедри інженерії програмного забезпечення та безпеки
10.	Літературна критика в нових медіа (на матеріалі платформи Litcentr)	Олеся ШАКУН Запорізький національний університет, Філологічний факультет 2 курс, група 6.0350-у
11.	Вимоги бізнесу до підготовки спеціалістів у сфері зв'язків з громадськістю на прикладі продуктової ІТ компанії Universe (Genesis)	Євгенія МОСКАЛЬЧУК PR-менеджер продуктової ІТ компанії Universe (Genesis)
12.	Освітні технології та інструменти у підготовці фахівців з реклами та маркетингу	Ірина КОСТЕНКО Sales Executive представництва міжнародної маркетингової агенції Belkins (Белкінс) в Україні

Секційні засідання

◆ 14:20 – 16:00 ◆

Секція 1. Медіаосвіта та медіабезпека

1	Media and journalism education in India	Dra. Yanina LISUN PHd, Department of Journalism and Advertising State University of Trade and Economics, Ukraine Dr. Chirag M. PATEL The managing Editor, Research Culture Society, India
2	Розвиток компетентностей медіаграмотності у студентів коледжу	Світлана ДЕМ'ЯНЧУК спеціаліст вищої категорії, старший викладач Відокремленого структурного підрозділу «Київський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету»
3	Засади викладання фотожурналістики у вищій школі	Олександр ЛЄЖНЄВ кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
4	Антикрихкість в часи постправди: необхідні м'які навички студентів-журналістів для вирішення глобальних проблем людства	Олександра ГОНДЮЛ старший викладач кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка
5	Від комунікації до маніпуляції	Ірина ГАМОВА кандидат економічних наук, доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

6	Сучасний дискурс медіаграмотності	Діана ЮСИПИШЕНА 3 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ
7	Діпфейки: можливості та небезпеки	Аліна ШИЙКА 2 курс ОС «бакалавр», 9 група ФТМ ДТЕУ
8	Пропаганда у формуванні суспільної думки	Софія РОМАНЮК 2 курс ОС «бакалавр», 9 група ФТМ ДТЕУ
9	Психологічні особливості дискурсивного конструювання досвіду студентами в інформаційному просторі	Оксана ЗАЗИМКО кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології ДТЕУ, провідний науковий співробітник лабораторії когнітивної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України
10	Інформаційна війна як засіб впливу на суспільство	Олена КРИВОПИШИНА, Анастасія ТКАЧЕНКО, студенти Відокремленого структурного підрозділу «Київський торговельно- економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету» група Мд-11 <i>Науковий керівник:</i> Дем'янчук С.О., ст.викл., спец.вищ.категорії ВСП «КТЕФК ДТЕУ»
11	Геополітика знання	Ганна КУРОВСЬКА аспірантка кафедри соціології НТУУ "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

12	Інтерпретаційний потенціал дорослої особи (за матеріалами онлайн опитування)	Ольга ЗАРЕЦЬКА, кандидат філологічних наук, головний науковий співробітник лабораторії когнітивної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України
13	Роль суб'єктності особистості в умовах інформаційної війни	Тетяна ГУРЛЄВА кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії консультативної психології та психотерапії Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України
14	Вплив інформаційного простору на конструювання досвіду в підлітковому віці	Олена ШИЛОВСЬКА кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії когнітивної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України
15	Психологічні особливості конструювання досвіду освітянами	Ірина ГУДІНОВА науковий співробітник лабораторії когнітивної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України
16	Політична функція журналістики	Марина МОРОЗОВА 4 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ
17	Війна в інформаційному просторі ізраїльських російськомовних медіа	Костянтин ЧЕПЕЛЄВ Київський університет імені Бориса Грінченка, 2 курс, група ФВб-1-21-4.0д

Секція 2. Гуманітарний та суспільний виміри масових комунікацій

1	Соціологія масових комунікацій у дослідженні соціокультурного простору міста	Євген ШКУРОВ , кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри журналістики та реклами ДТЕУ Кеннет ЛОНДРА Ph.D. in Sociology, професор соціології Університету Мілікена, США
2	100 років війни (на матеріалі журналів "Сурма" і "Розбудова Нації" (1926-1934 рр.))	Василь ПАСТУШИНА , кандидат наук із соціальних комунікацій, журналіст, письменник
3	Літературна критика у Фейсбуці: між профанацією літературознавства та можливостями нового формату	Марина КОВІНЬКО кандидат філологічних наук, редактор, літератор
4	Вектори інформаційної війни	Яна СИДОРЧЕНКО , журналіст
5	Роль медіа у розбудові суспільства	Анастасія ДЕСЯТНИК 4 курс ОС «бакалавр», 8 група ФТМ ДТЕУ
6	Audio content analytics in media analysis	Dereba PAVEL , a student at Humber College, Canada

7	Місто Шостка та Сумська область у перші дні війни: дзеркало медіа	Дар'я ЛЮБОВЕЦЬ учениця 11 класу СЗШ № 8, м. Шостка
8	Засади економічної журналістики	Дарина ВАКАРОВА 4 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ
9	Проблемно-тематичний вимір соціальної журналістики	Таїсія КУРАСОВА 4 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ
10	Audio content analytics in media analysis	Shamrai-Sas O a student at The University of Milan Milan, Italy
11	Проблематика судової журналістики	Тетяна ДЕМУХ факультет міжнародних відносин, 3 курс, спеціальність «Журналістика», Національний авіаційний університет, Київ
12	Медійний вплив на споживача під час військового стану та пропаганди	Валерія СПІЧАК 2 курс ОС «бакалавр», 8 група ФТМ ДТЕУ
13	Відео як фактор формування сучасної музичної медійної культури	Ліза СОБЕЙКО 2 курс ОС «бакалавр», 8 група ФТМ ДТЕУ
14	Психологічний вплив реклами на споживачів	Яна ТОКАРЧУК 2 курс ОС «бакалавр», 6 група ФТМ ДТЕУ

Секція 3. Соціальні комунікації в інструментарії бізнесу

1	Можливості чат-ботів у месенджер-комунікаціях	Натела КОРДЗАЯ доктор економічних наук, кандидат технічних наук, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеської національної академії харчових технологій
2	Спін-докторинг як комунікаційна технологія	Аліна СЕМЕНЯК 3 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ
3	Екологічний брендинг як технологія	Марина РОМАНЧЕНКО 3 курс ОС «бакалавр», 10 група ФТМ ДТЕУ
4	Рекламна комунікація в сегменті B2B	Злата ТРОЯНОВСЬКА 3 курс ОС «бакалавр», 13 група ФТМ ДТЕУ
5	Специфіка технологій продакт-плейсменту	Ань НГУЕН 3 курс ОС «бакалавр», 14 група ФТМ ДТЕУ
6	Брендинг як комунікаційний інструмент підприємства	Христина САГАЛО ФТМ, 3 курс ОС «бакалавр», 11 група ФТМ ДТЕУ
7	Комунікаційні засади маркетингу на сучасному етапі	Олександра АРТЮШЕНКО ФТМ, 3 курс ОС «бакалавр», 12 група ФТМ ДТЕУ
8	Комунікації підприємства під час пандемії COVID-19	Анна МОСКВІНА 3 курс ОС «бакалавр», 12 група ФТМ ДТЕУ

9	Чорний гумор у SMM-комунікаціях	Дарина БЕРЕГОВА 3 курс ОС «бакалавр», 11 група ФТМ ДТЕУ
10	Лайфстайл-блог: принципи розвитку та специфіка контенту	Яна ТИМЧУК 4 курс ОС «бакалавр», 8 група ФТМ ДТЕУ
11	Гендер у рекламному дискурсі	Анастасія ІЩЕНКО 3 курс ОС «бакалавр», 12 група ФТМ ДТЕУ
12	Комунікаційний вимір SMM	Ангеліна ДОММЕ 3 курс ОС «бакалавр», 11 група ФТМ ДТЕУ
13	Рекламна комунікація у інструментарії сучасного маркетингу	Ярослава МИРОНЕЦЬ 3 курс ОС «бакалавр», 14 група ФТМ ДТЕУ
14	Вплив COVID-19 на рекламну комунікацію	Анна БЛАГОДИР 3 курс ОС «бакалавр», 13 група ФТМ ДТЕУ
15	Принципи та технології інтернет-реклами	Катерина ЗУБ 3 курс ОС «бакалавр», 13 група ФТМ ДТЕУ
16	Комунікаційна специфіка нативної реклами	Юлія ЛИТВИНЕНКО 3 курс ОС «бакалавр», 13 група ФТМ ДТЕУ
17.	Комунікаційні засади нейромаркетингу	Анастасія КОРАБЛІНА 3 курс ОС «бакалавр», 14 група ФТМ ДТЕУ

18.	Інтернет-комунікації в маркетинговій діяльності підприємства	Катерина ЛАРИНА 2 курс ОС «бакалавр», 8 група ФТМ ДТЕУ
18	Комунікативні виміри прямого маркетингу	Ольга КРИВОШЕЯ 3 курс ОС «бакалавр», 12 група ФТМ ДТЕУ
19	Комунікативні засади стимулювання збуту	Дарина МЕЛЬНИК 3 курс ОС «бакалавр», 12 група ФТМ ДТЕУ
20	Комунікативний інструментарій прямого маркетингу ТОВ «ТІ ЕНД ПІ МАРКЕТИНГ»	Ольга КОСОГОР 2 курс ОС «бакалавр», 6 група ФТМ ДТЕУ
21	Фірмовий стиль у комунікаційної діяльності ПАТ «Рошен»	Вікторія ОЛЕШКО 2 курс ОС «бакалавр», 9 група ФТМ ДТЕУ
22	Імідж і репутація: особливості та відмінності	Юлія ЧЕРНИШОВА 2 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ
23	Комунікації підприємства в соціальних мережах	Анастасія КУЗНЄЦОВА 2 курс ОС «бакалавр», 6 група ФТМ ДТЕУ
24	Комунікативна роль фірмового стилю	Марина РАДІОНОВА 2 курс ОС «бакалавр», 8 група ФТМ ДТЕУ

25	Стимулювання збуту як інструмент комунікаційної діяльності	Світлана ЛАЗАР 2 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ.
26	Customer Journey Map як комунікаційний інструмент	Мілена КЛІМЕНЧУК ФТМ, 3 курс ОС «бакалавр», 10 група ФТМ ДТЕУ
27	Рекламна комунікація підприємства електронної торгівлі	Вікторія БОЙКО ФТМ, 4 курс ОС «бакалавр», 10 група ФТМ ДТЕУ
28	Комунікативний вимір PR першої особи	Ілона АНТОНЮК 2 курс ОС «бакалавр», 7 група ФТМ ДТЕУ.

Увага! У програмі можливі зміни!
Changes are possible in the program!

Координатори круглого столу:

- Файвішенко Діана Сергіївна,
завідувач кафедри журналістики та реклами;
E-mail: d.fayvishenko@knute.edu.ua
- Шкуров Євген Владленович
старший викладач кафедри журналістики та реклами;
E-mail: e.shkurov@knute.edu.ua

Докладніша інформація на сайті
www.knute.edu.ua