

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

КОМУНІКАЦІЇ В НАУКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

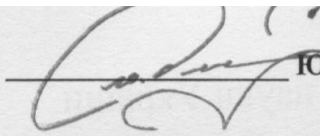
(обов'язковий ОК)

Реалізується в межах освітньо-наукової програми Маркетинг

за спеціальністю 075 Маркетинг

на III (освітньо-науковому) рівні вищої освіти

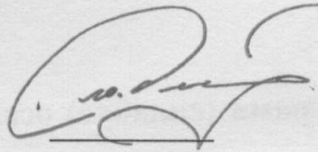
Розробники

 Ю. І. Данько, д.е.н., професор, проректор з наукової та міжнародної діяльності

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри: <u>Маркетингу та логістики</u>	протокол від <u>02.06.2026</u> № <u>19</u>
	Завідувач кафедри <u></u> Н.О.Макаренко

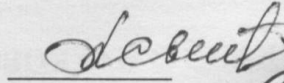
Погоджено:

Гарант освітньої програми



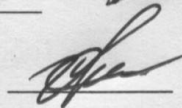
Ю. І. Данько

Декан факультету,
де реалізується освітня програма



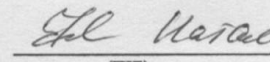
С.М. Лукаш

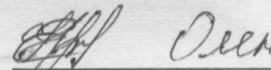
Завідувач відділу аспірантури та докторантури



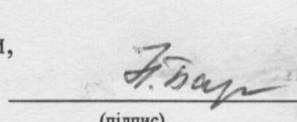
С.В. Ярошук

Рецензія на робочу програму(додається) надана:


(ПБ)


(ПБ)

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації


(підпис) Надія Баранік
(ПБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 28.08. 2026 р.

СНАУ, 2026 рік

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Комунікації в науковому середовищі		
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту/кафедра маркетингу і логістики		
3.	Статус ОК	Обов'язковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для	ОНП «Маркетинг», 075 Маркетинг		
5.	ОК може бути запропонований для (заповнюється для вибіркових ОК)	—		
6.	Рівень НРК	8 рівень НРК		
7.	Семестр та тривалість вивчення	2 семестр, 14 тижнів		
8.	Кількість кредитів ЄКТС	3 кредити ЄКТС		
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл денна форма	Контактна робота(заняття)		
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні
		20	20	50
10.	Мова навчання	Українська		
11.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Данько Ю.І., д.е.н., професор		
11.1	Контактна інформація	Данько Ю.І., y.danko@snau.edu.ua ауд. 228 головного корпусу. За консультацією можна звернутися щовівторка з 12.00 до 13.00.		
12.	Загальний опис освітнього компонента	Дисципліна є обов'язковою складовою підготовки докторів філософії та формує здатність здійснювати результативну наукову комунікацію з академічними й неакадемічними аудиторіями. Освітній компонент охоплює усне і письмове представлення результатів дослідження, наукові публікації як форму комунікації, участь у конференціях, професійну цифрову ідентичність науковця у ResearchGate і LinkedIn, використання нових медіа, міжкультурну взаємодію та етику наукової комунікації.		
13.	Мета освітнього компонента	Мета дисципліни - сформувати у здобувачів третього рівня вищої освіти теоретичні знання і практичні вміння для підготовки наукових текстів, представлення результатів на конференціях, ведення професійних профілів ResearchGate і LinkedIn, вибору релевантних каналів комунікації та взаємодії з різними аудиторіями відповідно до принципів академічної доброчесності.		
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	Дисципліна базується на ОК 10 Управління науковими проектами та є передумовою для ОК 12 Методика підготовки наукових праць іноземною мовою ОК 13 «Педагогічна практика».		
15.	Політика академічної доброчесності	У разі, якщо здобувач здає роботу іншого здобувача як свою власну, така робота анулюється і виконується повторно.		

		У разі списування – повторне складання відповідного завдання. У разі використання текстових запозичень без належного цитування (академічний плагіат) - робота анулюється.
16.	Посилання на Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=4788

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента здобувач очікувано буде здатен	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК		Як оцінюється ДРН
	ПРН 6. Чітко та структуровано презентувати складні ідеї українською та іноземною мовою експертам різного рівня, в тому числі інших галузей знань, особам, що навчаються, демонструючи культуру наукового усного і писемного мовлення.	ПРН 10. Застосувати ключові процеси управління науковими проектами, реалізуючи лідерські та управлінські здібності, ефективні комунікації у науковому середовищі.	
ДРН 1. Формувати ефективні усні комунікації з фахівцями та нефахівцями, застосовувати активне слухання, аргументовано представляти наукові ідеї та критично оцінювати інформацію з різних каналів.	X	X	1. Презентація дослідницького завдання, над яким працює здобувач
ДРН 2. Готувати наукові публікації як цілісні комунікаційні продукти, обирати видання і формати, вести професійне листування та формувати достовірну цифрову ідентичність науковця у ResearchGate і LinkedIn.	X	X	Пакет наукової публікації та аудит професійних профілів ResearchGate і LinkedIn
ДРН 3. Здійснювати наукову комунікацію під час конференцій: готувати тези, структурувати усну доповідь і презентацію, брати участь у дискусії, відповідати на запитання та надавати фаховий зворотний зв'язок.	X	X	Конференційна доповідь, презентація та сесія запитань і відповідей
ДРН 4. Здійснювати міжнародну та міжкультурну наукову комунікацію, адаптуючи зміст і формат повідомлення до аудиторії, з повагою до різноманіття, етичних норм і принципів академічної доброчесності.	X		Науково-популярний комунікаційний продукт для нефахової або міжнародної аудиторії

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу								Рекомендована література
	Аудиторна робота						Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін.		Лаб. з.				
	денна	заоч.	денна	заоч.	денна	заоч.	денна	заоч.	
Тема 1. Наукова комунікація: сутність, моделі та аудиторії Поняття і функції наукової комунікації. Формальна та неформальна комунікація. Моделі поширення знань. Академічні, професійні, владні та суспільні аудиторії. Комунікаційні цілі й очікуваний вплив.	2		2				5		Основні: 1-4; додаткові: 12, 13.
Тема 2. Комунікативний процес, канали та бар'єри в діяльності науковця Структура комунікативного процесу. Вибір каналу відповідно до мети та аудиторії. Вербальні й невербальні засоби. Інформаційні, мовні, психологічні та міждисциплінарні бар'єри. Активне слухання і зворотний зв'язок.	2		2				5		Основні: 2-4; додаткові: 12, 15.
Тема 3. Наукові публікації як форма академічної комунікації Наукова стаття, тези, огляд і препринт як комунікаційні жанри. Структура повідомлення, назва, анотація та ключові слова. Вибір журналу й відповідність аудиторії. Супровідний лист, рецензування, відповідь рецензентам, відкрита наука та академічна доброчесність.	2		2				5		Основні: 1-4; наукові: 17, 21, 24.
Тема 4. Участь у конференціях як форма наукової комунікації Вибір конференції та аналіз її академічної репутації. Подання тез і заявки. Усна, стендова та онлайн-доповідь. Дизайн презентації, регламент і сторітелінг. Сесія запитань і відповідей, нетворкінг та подальша професійна комунікація.	2		2				5		Основні: 2-4; додаткові: 12, 14.
Тема 5. Науковець у соціальних мережах: ResearchGate і LinkedIn Цифрова ідентичність і репутація дослідника. Структура та наповнення профілів ResearchGate і LinkedIn. Представлення досвіду, проєктів і публікацій. Розбудова професійної мережі, взаємодія зі спільнотами, контент-план, авторське право, приватність і безпечна комунікація.	2		2				5		Додаткові: 13, 16; наукові: 20, 22.

Тема 6. Публічне представлення результатів дослідження Архітектура наукової доповіді та пітчу. Аргументація і доказовість. Візуалізація даних. Голос, темп, невербальна поведінка. Адаптація складного змісту для фахової та нефахової аудиторії. Модерація дискусії.	2		2			5		Основні: 2-4; додаткові: 12, 14.
Тема 7. Комунікативні технології просування наукових результатів Стратегія поширення результатів дослідження. Карта зацікавлених сторін і ключові повідомлення. Пресреліз, експертний коментар, email-комунікація та партнерські мережі. Оцінювання охоплення, залучення і суспільного впливу.	2		2			5		Основні: 1, 2; додаткові: 13, 16.
Тема 8. Нові медіа та популяризація науки Електронні медіа в науковій комунікації. Науковий блог, подкаст, коротке відео, інфографіка та вебінар. Принципи зрозумілого пояснення складних ідей. Протидія дезінформації. Планування і оцінювання цифрової комунікаційної кампанії.	2		2			5		Основні: 1; додаткові: 13, 14; наукові: 20, 23.
Тема 9. Міжнародна та міжкультурна наукова комунікація Культурні відмінності у професійному спілкуванні. Академічна комунікація англійською мовою. Міжнародне листування, переговори та партнерство. Інклюзивна мова, комунікаційний етикет і робота в міждисциплінарних командах.	2		2			5		Основні: 2-4; додаткові: 12, 15.
Тема 10. Етика, доброчесність і репутаційні ризики наукової комунікації Достовірність, прозорість і відповідальність у поширенні результатів. Авторство, цитування, конфлікт інтересів і конфіденційність. Етичне використання ШІ та візуального контенту. Комунікація в умовах критики, помилок і репутаційної кризи.	2		2			5		Нормативні: 5-10; наукові: 21, 24.
Всього	20		20			50		

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять</u> , консультацій)	К-сть годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент</u> <u>самостійно</u>)	К-сть годин
ДРН 1. Формувати ефективні усні комунікації з фахівцями та нефахівцями, застосовувати активне слухання, аргументовано представляти наукові ідеї та критично оцінювати інформацію з різних каналів.	Дослідницька лекція; групова дискусія; аналіз кейсів; практикум з адаптації наукового повідомлення до різних аудиторій	10	Критичне читання; аналіз комунікаційних кейсів; підготовка наукового пітчу	12
ДРН 2. Готувати наукові публікації як цілісні комунікаційні продукти, обирати видання і формати, вести професійне листування та формувати достовірну цифрову ідентичність науковця у ResearchGate і LinkedIn.	Дослідницька лекція; воркшоп з академічного письма; практикум зі створення та аудиту профілів ResearchGate і LinkedIn; peer review	10	Підготовка пакета наукової публікації; оформлення й аудит професійних профілів	13
ДРН 3. Здійснювати наукову комунікацію під час конференцій: готувати тези, структурувати усну доповідь і презентацію, брати участь у дискусії, відповідати на запитання та надавати фаховий зворотний зв'язок.	Мультимедійна лекція; конференційна симуляція; тренінг презентації; модерована сесія запитань і відповідей	10	Підготовка тез, слайдів і доповіді; репетиція; взаємне рецензування	13
ДРН 4. Здійснювати міжнародну та міжкультурну наукову комунікацію, адаптуючи зміст і формат повідомлення до аудиторії, з повагою до різноманіття, етичних норм і принципів академічної доброчесності.	Лекція-дискусія; міжкультурні кейси; рольова професійна комунікація; аналіз етичних і репутаційних ситуацій	10	Підготовка міжнародного листа і науково-популярного продукту; рефлексивний аналіз	12

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Діагностичне оцінювання не передбачене

5.2. СУМАТИВНЕ ОЦІНЮВАННЯ

5.2.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання з дисципліни передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Професійні профілі науковця у ResearchGate і LinkedIn та коротка стратегія цифрової присутності	20 балів / 20%	5-й тиждень
2	Пакет наукової публікації: назва, анотація, ключові слова, обґрунтування вибору видання та супровідний лист	40 балів / 40%	9-й тиждень
3	Конференційна комунікація: тези, усна доповідь, презентація та відповіді на запитання	20 балів / 20%	11-й тиждень
4	Науково-популярний комунікаційний продукт для нефахової аудиторії	20 балів / 20%	14-й тиждень
	Всього	100 балів	

Рекомендований перелік індивідуальних дослідницько-комунікаційних завдань:

Наукова публікація як комунікація: підготовка назви, анотації, ключових слів і супровідного листа.

Участь у конференції: тези, доповідь, презентація, сесія запитань і подальший нетворкінг.

Професійна цифрова ідентичність науковця: аудит і розвиток профілів ResearchGate та LinkedIn.

Ділове листування з редакцією наукового журналу, рецензентом або міжнародним партнером.

Популяризація результатів дослідження у форматі блогу, подкасту, короткого відео чи інфографіки.

Міжкультурні особливості академічної комунікації та професійного етикету.

5.2.2. Критерії оцінювання

Профілі ResearchGate і LinkedIn	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-17 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Профілі неповні; ключова інформація відсутня або неузгоджена; стратегія цифрової присутності не визначена.	Основні розділи заповнені, але опис дослідницького профілю і мережа контактів потребують суттєвого доопрацювання.	Профілі цілісні й професійні; публікації, проєкти та компетентності представлені коректно; стратегія реалістична.	Профілі взаємоузгоджені, доказові та орієнтовані на цільові аудиторії; запропоновано системну стратегію розвитку мережі й контенту.
Пакет наукової публікації	<i><24 балів</i>	<i>25-29 балів</i>	<i>30 - 35 балів</i>	<i>36-40 балів</i>
	Структура пакета неповна; мета, аудиторія і внесок дослідження не визначені; вибір видання не обґрунтовано.	Основні елементи наявні, проте анотація, ключові слова або супровідний лист недостатньо узгоджені з обраним виданням.	Пакет структурований; науковий внесок зрозумілий; видання обрано аргументовано; академічний стиль і доброчесність дотримані.	Пакет демонструє чітке позиціонування дослідження, критичний добір видання, сильну аргументацію та готовність до подання.
Конференційна комунікація	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-17 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Доповідь неструктурована; перевищено регламент; слайди не підтримують повідомлення; відповіді на запитання фрагментарні.	Основна логіка простежується, але аргументація, візуалізація або взаємодія з аудиторією потребують доопрацювання.	Доповідь логічна і доказова; регламент дотримано; слайди читабельні; відповіді на запитання обґрунтовані.	Доповідь переконливо адаптована до аудиторії; візуалізація підсилює висновки; дискусія ведеться впевнено й професійно.
Науково-популярний продукт	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-17 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Зміст не адаптований до нефахової аудиторії; ключове повідомлення і формат не визначені.	Головна ідея зрозуміла, але структура, мова або візуальне рішення частково ускладнюють сприйняття.	Продукт точний, доступний і структурований; формат відповідає аудиторії; джерела та авторство зазначено коректно.	Продукт поєднує наукову точність, зрозумілу мову, сильну історію й етичний дизайн; передбачено спосіб оцінювання впливу.

5.3. Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Зворотний зв'язок щодо структури та змісту профілів ResearchGate і LinkedIn	4-5-й тиждень
2	Peer review анотації, ключових слів, вибору видання та супровідного листа	7-9-й тиждень
3	Усний зворотний зв'язок після репетиції конференційної доповіді та сесії запитань	10-11-й тиждень
4	Рекомендації до науково-популярного продукту та його адаптації до цільової аудиторії	13-14-й тиждень

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

Основні джерела

1. **Квіт С.** (2018) Масові комунікації.: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія". 352 с.
2. **Денисюк С. Г.** Комунікологія : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2015. 102 с
3. **Основи мовної комунікації : навчальний посібник.** І. А. Кучеренко, Л. І. Мамчур ; МОН України, Уманський держ. пед. у-тет імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 270 с.
4. **Психологія спілкування : навч. посіб.** [Л. О. Савенкова, В. В. Сгадова, Л. Л. Борисенко та ін.] ; за заг. ред. Л. О. Савенкової. К. : КНЕУ, 2015. 309 с.

Нормативно-правові акти

5. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
6. Національна рамка кваліфікацій. Затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>
7. EQF 2017 (Європейська рамка кваліфікацій) – <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cee970-518f-11e7-a5ca-01aa75ed71a1/language-en>; <https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>
8. ISCED (Міжнародна стандартна класифікація освіти, МСКО) 2011 – <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-iscd-2011-en.pdf>
9. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Схвалено сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України, протокол від 29.03.2016 № 3. – Режим доступу: <http://educmns.org.ua/img/news/8635/Nak>; <http://uis.unesco.org/en/topic/international-standardclassification-education-iscd-5>.
10. ISCED-F (Міжнародна стандартна класифікація освіти – Галузі, МСКО-Г) 2013 – <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standardclassification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-fielddescriptions-2015-en.pdf> MON 1254 19.pdf
11. UNESCO (2003). Science for the 21st century: a vision and basis for action. World Conference Declaration on Science and the Use of Scientific Knowledge, scientific agenda, action plan, Budapest and Santo Domingo, 1999. Brasília, Brasil: UNESCO. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001315/131550e.pdf>.

Додаткова

12. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти: монографія / А. П. Романченко - Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2019. – 541 с.
13. Weingart, P., & Guenther, L. (2016). Science communication and the issue of trust. Journal of Science communication, 15(5), 1-11.
14. Ynnerman, A., Löwgren, J., & Tibell, L. (2018). Explorantion: A new science communication paradigm. IEEE computer graphics and applications, 38(3), 13-20.
15. Baram-Tsabari, A., & Lewenstein, B. V. (2017). Science communication training: What are we trying to teach?. International Journal of Science Education, Part B, 7(3), 285-300.
16. Г.Г.Швачич, В.В.Толстой, Л.М.Петречук, Ю.С.Іващенко, О.А.Гуляєва, Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. –230 с.

Наукова література для аналітичного огляду

17. Коранієва, V. (2017). Наукова комунікація: від відкритого доступу до відкритої науки. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, (2), 35-45.
18. Білоус, В. С. (2018). Інформаційно-бібліотечний сервіс в структурі сучасних інформаційних комунікацій закладу вищої освіти. *Соціально-гуманітарний вісник*, (22), 22-23.
19. Макєєва О.М. Засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації / О.М. Макєєва // *Наукові праці Національного авіаційного університету. Серія: Юридичний вісник «Повітряне і космічне право»*. – К.: НАУ, 2019. – № 1(50). – С. 30-36.
20. Натаров, О. (2018). Використання академічними бібліотеками соціальних мереж як платформи для наукової комунікації (на прикладі представництв Національної бібліотеки України імені ВІ Вернадського у Facebook. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені ВІ Вернадського*, (49), 306-329.
21. Самохіна, Н., Кудименко, Л., & Мартинюк, О. (2020). Бібліотечна фахова періодика України в цифрових наукових комунікаціях. *Бібліотечний вісник*, (1), 33-39.
22. Білоус, В., Лазаренко, Н., & Коломієць, А. (2017). Інтеграція університетської науки у світовий інформаційний простір. *Вісник Книжкової палати*, (6), 19-23.
23. Козак, Н. О., & Кунцевич, А. В. (2018). Потенціал використання соціальної мережі Facebook бібліотеками ЗВО як платформи комунікації (з досвіду роботи бібліотеки К-ПНУ ім. І. Огієнка). *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Бібліотекознавство. Книгознавство*, (5), 214-220.
24. Назаровець, С. А., & Назаровець, М. А. (2017). Небезпека поширення псевдонаукових видань для розвитку науки в Україні. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство*, (22, Вип. 1), 163-174.
25. Медведєва, А. (2017). Наукометрія: роль та місце у вітчизняній науці. *Вісник Книжкової палати*, (3), 50-52.
26. Єжижанська, Т. С. (2017). PR-комунікації видавництва як об'єкт наукової рецепції. *Інтегровані комунікації*, (3), 35-43.
27. Самохіна, Н., Кудименко, Л., & Мартинюк, О. (2020). Бібліотечна фахова періодика України в цифрових наукових комунікаціях. *Бібліотечний вісник*, (1), 33-39.