

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Факультет журналістики  
Кафедра міжнародної журналістики

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
О.Б. Жильцов  
\_\_\_\_\_ 2022

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**КОМУНІКАТИВІСТИКА: КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

для студентів

спеціальності 061 Журналістика

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми 061.00.04 Медіа-комунікації

Київ - 2022

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма 1.4.94/22  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ім'я)  
«    » 2022

**Розробники:**

*Гондюл Олександра Дмитрівна*, викладач кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладачі:**

*Гондюл Олександра Дмитрівна*, викладач кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики

Протокол від 5 вересня 2022 року № 1.

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа  (В.І. Терещук)

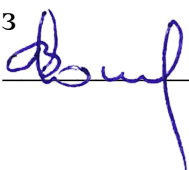
Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми «Медіа-комунікації»

4 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми  (Н.І. Зражевська)

Робочу програму перевірено

5 вересня 2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи  (В.Є. Сошинська)

**Пролонговано:**

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РНПД «Комунікативістика». Змістовий модуль «Комунікаційний менеджмент».

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	заочна
<b>«Комунікативістика»</b>	
<i>Вид дисципліни</i>	Обов'язкова
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	Українська
<i>Загальний обсяг кредитів/годин</i>	6 кредитів / 180 годин
<i>Курс</i>	5
<i>Семестр</i>	1
<i>Кількість змістових модулів за розподілом</i>	3
<i>Обсяг кредитів</i>	6
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	180
<i>Аудиторні</i>	24
<i>Модульний контроль</i>	
<i>Семестровий контроль</i>	
<i>Самостійна робота</i>	156
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен
<b>Змістовий модуль «Комунікаційний менеджмент»</b>	
<i>Курс</i>	5
<i>Семестр</i>	1
<i>Обсяг кредитів</i>	2
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	60
<i>Аудиторні</i>	8
<i>Модульний контроль</i>	
<i>Семестровий контроль</i>	
<i>Самостійна робота</i>	52
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент» покликана формувати розуміння теоретичних засад та практичних інструментів комунікаційного менеджменту, стратегічного управління комунікаціями в різних організаціях, через різноманітні канали.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є теоретичні засади та практичні аспекти створення комунікаційної стратегії організацій, а також специфіка та особливості донесення меседжів бренду через комунікації.

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент» є формування у студентів системи знань щодо сучасного стану та особливостей управління комунікаціями в державних та приватних інституціях.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент»:

- засвоєння студентами особливостей понять «комунікації», «комунікаційний менеджмент», «комунікаційна стратегія»,
- розуміння сучасних трендів, що впливають на створення меседжів різних інституцій,
- вивчення особливостей створення комунікаційної стратегії,
- дослідження особливостей та різниці у розробці піар-стратегії та комунікаційної стратегії,
- визначення інструментів та технологій для створення креативних та аналітичних комунікаційних матеріалів.

Дисципліна розглядається в єдиному контексті національних пріоритетів і національної безпеки України.

**Міжпредметні зв'язки.** Дисципліна «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент» дає окремі базові знання та навички, пов'язані з процесом підготовки студентів з фахових журналістикознавчих дисциплін – «Теорія масових та публічних комунікацій», «Психологія МК», «Соціологія МК», «Виробництво інтернет-контенту», «Комунікації в соціальних медіа та мережах» тощо. При цьому застосовує категорії комунікативістики, соціології, психології.

Впродовж вивчення дисципліни, студенти отримують такі **компетентності** відповідно до освітньої програми:

**Загальні компетентності:**

- ЗК-1. Здатність до комплексно розв'язання проблем. Здатність до виокремлення проблеми, дослідження її, окреслення етапів для роботи у подальшому, уміння знаходити ідею, вибрати та оцінити її, спланувати вирішення, залучати людей до її вирішення та діяти
- ЗК-3. Здатність до креативності. Відкритість до нових знань, ідей і технологій; здатність продукувати нестандартні ідеї, творчо підходити до вирішення проблеми чи виконання завдань.
- ЗК-7. Здатність до формулювання суджень та ухвалення рішень. Спроможність орієнтуватися у різних поглядах на проблему та шляхи її вирішення, формувати власну думку; уміти формулювати завдання, аргументовано обирати оптимальні шляхи розв'язання, аналізувати й осмислювати отриманий результат, переконливо його представляти.

***Фахові компетентності:***

- ФК-4. Оперативно збирати інформацію. Мати глибокі базові знання з різних галузей; спеціалізовані знання з окремої галузі; дотримуватись балансу думок; вміти працювати з джерелами; взаємодіяти з аудиторією.
- ФК-9. Виступати у ролі журналіста-підприємця (розуміти економічні основи професії, ринкові можливості тощо). Розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знати практичні аспекти економічної діяльності журналіста (робота фрілансером)

### **3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ**

Під час практичних занять та самостійної роботи передбачається набуття студентами **комплексу умінь і навичок**.

У результаті вивчення навчальної дисципліни **студент повинен знати** :

- Основні терміни та поняття, що стосуються комунікаційного менеджменту.
- Сучасні тренди, які впливають на створення комунікаційної стратегії.
- Особливості створення комунікаційних матеріалів для підвищення бренду організацій.

**Уміти** :

- визначати особливості створення та впровадження комунікаційної стратегії організацій;
- застосовувати нові та актуальні інструменти донесення ключових меседжів до цільової аудиторії брендів;

- виявляти закономірності, причинно-наслідкові зв'язки, вплив подій, явищ, людей та процесів на зміни у формі, каналах комунікації і створенні контенту.

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми:

- ПРН-1 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети.
- ПРН-2 В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері.
- ПРН-7 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища.
- ПРН-14 В умовах професійної діяльності на основі знань створювати власні матеріали відповідно до потреб різних видів мас-медіа, ефективно використовувати журналістські методики подачі інформації.
- ПРН-15 В умовах виробничої діяльності виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.
- ПРН-16 На основі здобутих знань вміти аналізувати різні види медійних продуктів, фігурувати в консультативній, експертній та інших ролях.
- ПРН-17 На основі знань уміти враховувати історичний аспект та специфіку досліджень діяльності різних видів ЗМІ.
- ПРН-18 На основі здобутих знань вміти організовувати роботу редакції в різних типах ЗМІ; володіти технологіями редагування текстів для друкованих ЗМІ, телефірів, вебсайтів; управляти контентом соціальних мереж.

**Дисципліна «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент»** (2 кредити; 60 год.) вивчається студентами V курсу протягом 1 навчального семестру. Аудиторна робота становить 13 % від загального обсягу курсу, проводиться у вигляді лекцій (2 год.) і семінарських занять (6 год.). Для самостійної роботи студентів у навчальному плані виділяється 52 год. Вивчення студентами навчальної дисципліни завершується підсумковим контролем – іспитом.

## 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/ п	Назва змістових модулів, тем	У сь о го	Розподіл годин між видами робіт					Сам ості йна
			Аудиторні					
			Л е к ц ії	С е м і н а р и	П р а к т и ч ні	Л а б о р а т о р ні	Ін д и в і д у а л ь н і	
<b>Змістовий модуль І.</b>								
<b>Теоретичні аспекти та особливості комунікаційного менеджменту</b>								
1.	Комунікаційний менеджмент: особливості, принципи, методи	14	2	2			10	
2.	Управління комунікаціями в різних інституціях: на прикладі Київського університету імені Бориса Грінченка	17		2			15	
	<b>Разом</b>	31	2	4			25	
<b>Змістовий модуль ІІ.</b>								
<b>Практичні аспекти розробки та реалізації комунікаційної стратегії</b>								
1.	Формати та особливості створення комунікаційної стратегії та меседжів для цільової аудиторії	29		2			27	
	<b>Разом</b>	29		2			27	
	<b>Разом за навчальним планом</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>52</b>	

## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Заочна форма навчання

#### **Змістовий модуль I. Теоретичні аспекти та особливості комунікаційного менеджменту**

##### **Лекція 1. Комунікаційний менеджмент: особливості, принципи, методи (2 год.)**

Визначення понять «комунікаційний менеджмент», «комунікаційна кампанія», «комунікаційна стратегія». Завдання та відповідальність комунікаційного менеджера. Складові бренду організацій: роль комунікацій. Різниця між піар-стратегією та комунікаційною стратегією. Ключові елементи та етапи створення комунікаційної стратегії. Креативні формати донесення ключових меседжів для цільової аудиторії.

##### **Семінарське заняття 1. Комунікаційний менеджмент: аналіз комунікаційних кампаній брендів (2 год.)**

*Джерела основні: 1,3*

*Джерела додаткові: 2,4,5,7*

##### **Семінарське заняття 2. Управління комунікаціями в різних інституціях: на прикладі Київського університету імені Бориса Грінченка (2 год.)**

*Джерела основні: 1,2*

*Джерела додаткові: 3,4,6,7*

#### **Змістовий модуль II. Практичні аспекти розробки та реалізації комунікаційної стратегії**

##### **Семінарське заняття 3. Формати та особливості створення комунікаційної стратегії (2 год.)**

*Джерела основні: 1,2,3*

*Джерела додаткові: 1,4,6,7*



## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у таблицях.

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

#### Заочна форма навчання

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	М 1		М 2	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1	Відвідування лекцій	1	1	1		
2	Відвідування семінарських занять	1	2	2	1	1
3	Робота на семінарському занятті	10	2	20	1	10
4	Виконання завдання з самостійної роботи	5	4	20	4	20
<b>Разом</b>				43		31
<b>Максимальна кількість балів</b>		74 бали				
<b>Розрахунок коефіцієнта</b>		$74 / 60 = 1,23$				

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

**Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, командні завдання, публічні виступи.

**Методи письмового контролю:** написання авторських рекомендацій, створення аналітичних та креативних матеріалів.

**Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях і під час виконання самостійної роботи залежить від таких критеріїв:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

## **6.2. Завдання для самостійної роботи**

### Заочна форма навчання

#### **Змістовий модуль I. Теоретичні аспекти та особливості комунікаційного менеджменту**

#### **Самостійні роботи 1-4. Управління комунікаціями в різних інституціях (25 год.)**

Проаналізувати комунікаційну стратегію Міністерства закордонних справ України за такими елементами:

- Структура
- Формат стратегії
- Зрозумілість меседжів

- Визначена аудиторія
- Аналіз шляхів комунікації з нею
- Візуальна складова

На основі аналізу, надати авторські рекомендації для вдосконалення комунікаційної стратегії МЗС України.

## **Змістовий модуль II. Практичні аспекти розробки та реалізації комунікаційної стратегії**

### **Самостійні роботи 5-8. Формати та особливості створення комунікаційної стратегії (27 год.)**

Створити авторську версію комунікаційної стратегії будь-якої організації/компанії/інституції/міста. У стратегії висвітлити такі елементи:

- SWOT-аналіз та PEST-аналіз
- Цілі та завдання стратегії
- Аналіз поточної репутації та позиціонування в ЗМІ
- Комунікаційні цілі стратегії
- Аналіз конкурентів, аналіз зацікавлених сторін, цільової аудиторії
- Ключові меседжі
- Бажаний імідж та бренд
- Методи та канали комунікації з аудиторією
- План кризових комунікацій

### **Критерії оцінювання самостійних робіт:**

- Аналітичність.
- Висловлення власної думки.
- Творчий підхід до виконання.
- Відповідність жанру та специфіці.
- Відсутність плагіату.
- Посилання на використані джерела.

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ**  
з дисципліни «Комуникативістика: Комунікаційний менеджмент»

Курс	5
Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	Медіа-комунікації
Форма проведення	Комплексний іспит – тестові питання
Тривалість проведення	1 година 20 хвилин
Максимальна кількість балів	40 балів (письмові відповіді на поставлені у білеті тестові питання)
Критерії оцінювання	1 питання – 1 бал (всього 40 питань з трьох дисциплін блоку «Комуникативістика»)
Перелік допоміжних матеріалів	Див. список джерел та літератури навчальної програми дисципліни «Комуникативістика: Комунікаційний менеджмент».
Орієнтовний перелік питань	<p>Приклад тестових питань:</p> <p><b>1. Проаналізуйте та визначте, яке з наведених завдань не належить до обов'язків комунікаційного менеджера? (оберіть одну правильну відповідь)</b></p> <p>a) Аналіз цільової аудиторії</p> <p>b) Формування меседжів організації</p> <p>c) Створення піар-стратегії</p> <p>d) Вдосконалення іміджу організації через комунікації</p>

### 6.5. Орієнтовний перелік тем для підготовки до семестрового контролю з дисципліни «Комунікативістика: Комунікаційний менеджмент»

1. Дайте визначення поняттю «комунікаційний менеджмент» та охарактеризуйте ключові складові.
2. Дайте визначення поняттю «комунікаційна кампанія» та охарактеризуйте ключові складові.
3. Дайте визначення поняттю «комунікаційна стратегія» та охарактеризуйте ключові складові.
4. Дослідіть та охарактеризуйте особливості професії «Комунікаційний менеджер»: роль, задачі, обов'язки.
5. Визначте та проаналізуйте ключові складові бренду організації.
6. Охарактеризуйте роль комунікацій у створення та оновленні бренду організацій.
7. Зробіть порівняльну характеристику та визначіть спільне та відмінне між піар-стратегією та комунікаційною стратегією.
8. Окресліть ключові етапи створення комунікаційної стратегії.
9. Проаналізуйте та опишіть ключові елементи та складові комунікаційної стратегії.
10. Проаналізуйте та порівняйте креативні інструменти та формати створення комунікаційних меседжів для цільової аудиторії як елемент комунікаційної стратегії.

### 6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81

Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

## 7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

### Заочна форма навчання

Разом 60 год., лекції - 2 год., семінарські заняття - 6 год., самостійна робота - 52 год.

Тиждень	1	2
Модулі	<b>Змістовий модуль I.</b>	<b>Змістовий модуль II.</b>
Назва модуля	<b>Створення персонального бренду журналіста в соціальних медіа та мережах</b>	<b>Особливості висвітлення інформації та взаємодії з аудиторією в соціальних медіа та мережах</b>
Теми лекцій	Комунікаційний менеджмент: особливості, принципи, методи – 1 бал	
Теми практичних занять	Комунікаційний менеджмент: аналіз комунікаційних кампаній брендів - 10+1 бали Управління комунікаціями в різних інституціях: на прикладі Київського університету імені Бориса Грінченка - 10+1 бали	Формати та особливості створення комунікаційної стратегії - 10+1 бали
Самостійна робота	Самостійна робота №1 - 5 балів Самостійна робота №2 - 5 балів Самостійна робота №3 - 5 балів Самостійна робота №4 - 5 балів	Самостійна робота №5 - 5 балів Самостійна робота №6 - 5 балів Самостійна робота №7 - 5 балів Самостійна робота №8 - 5 балів
ІНДЗ		
Види поточного контролю		

Підсумковий контроль	Іспит
----------------------	-------



## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

### Основні (базові):

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : монографія / В. М. Бебик. – Київ : МАУП, 2005. – 440 с.: іл. – Бібліогр.: с. 432–437.
2. Беляков О. Успішна комунікація в бізнесі та освіті : навч. посіб. / О. Беляков. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. – 207 с.
3. Бурмака Т.М. Комунікаційний менеджмент [Електронний ресурс] / Т.М. Бурмака, К.О. Великих / ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, Харків, 2019. Режим доступу:  
<http://eprints.kname.edu.ua/52644/1/2018%20175%D0%9B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%9A%D0%9C.pdf>

### Додаткові:

1. Величко Н. Ідеї, які завжди працюють: комунікуємо у соціальних мережах [Електронний ресурс] / Н. Величко / Європейський простір, 2019. Режим доступу: <https://euprostitir.org.ua/practices/140780>
2. Гірняк О. М. Менеджмент : підручник для студентів вищих закладів освіти / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. – Львів : «Магнолія 2006», 2017. – 352 с
3. Голуб О. Журналіст у соціальних мережах. Рекомендації для медіа [Електронний ресурс] / О. Голуб / Інститут масової інформації, 2020. Режим доступу: <https://imi.org.ua/advice/zhurnalist-u-sotsialnyh-merezhah-rekomendatsiyi-dlya-media-i31209>
4. Долинська Л. В. Формування комунікативної компетентності майбутніх менеджерів : навч.-метод. посібник/ Л. В. Долинська, В. П. Черевко. – Київ : ЛСП, 2001. – 95 с.
5. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій / Г. В. Осовська. – Київ : Кондор, 2003. – 218 с
6. Шестопалов К.Р. Проблеми формування комунікацій в сучасній організації // Управління персоналом. –2006. – №7. – с.12
7. Шпак Н.О. Комунікаційний менеджмент: сутність та розвиток [Електронний ресурс] / Економіка та держава, № 2/2010, 2010. Режим доступу: [http://www.economy.in.ua/pdf/2\\_2010/10.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/2_2010/10.pdf)

## 9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

### Онлайн-курси:

1. Курс «Комунікації». Культура і креативність. Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course>
2. Медіашкола «НВ». Режим доступу: [https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:NT+Mediaschool101+2020\\_T1/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:NT+Mediaschool101+2020_T1/about)
3. «МедіаДрайвер» - твій навігатор у світ медіа. Режим доступу: <http://mediadriverriver.online/>
4. Медіа-пітчинг. Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/media-pitching>
5. Program Communications Management in ClickUp. Режим доступу: Режим доступу: <https://www.coursera.org/projects/program-communications-management>
6. Influencing: Storytelling, Change Management and Governance. Режим доступу: <https://www.coursera.org/specializations/influencing-storytelling-change-management>
7. Effective Professional Communication. Режим доступу: <https://www.coursera.org/specializations/effective-professional-communication>
8. Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences. Режим доступу: <https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling>

### Корисні відео:

1. Кінофільм «Секретне досьє» (2017 р.)
2. Кінофільм «П'ята влада» (2013 р.)
3. Кінофільм «Примара» (2010 р. – Ghost writer)
4. Кінофільм «Сноуден» (2016 р.)
5. Кінофільм «Лідер перегонів» (2018 р.)
6. Кінофільм «Ціна правди» (2019 р.)
7. Телесеріал «Ранкове шоу» (2019-2021 рр.)