

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Вектор

Л. В. Губерський
Л. В. Губерський
«08» травня 2020 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Реклама та зв'язки з громадськістю»

Рівень вищої освіти: перший

(редакція від «13» 01 2020 р., затверджена рішенням
Вченої ради КНУШМ

на здобуття освітнього ступеню: бакалавра
за спеціальністю № 061 «Журналістика»
галузі знань № 06 «Журналістика»

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради
від «02» березня 2020 р.
протокол № 8

Введено в дію наказом
від «08» 05 2020 за № 308-32

Київ 2020 р.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗОВНІШНІЮ АПРОБАЦІЮ

А. Рецензії представників академічної спільноти

1. Новохатько Л.М., доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.
2. Королько В.Г., доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри зв'язків з громадськістю Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Б. Відгуки представників професійних асоціацій

3. Дерев'янку О., доктор економічних наук, професор, віце-президент Української ліги зв'язків з громадськістю.

В. Відгуки представників ринку праці

4. Гамаш Д. М., директор ТОВ «Медіа Консалтинг Груп».

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади	Найменування закладу, який закінчив викладач (рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту)	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково - педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідна робота, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
Керівник проектної групи						
Іванов Валерій Феліксович	Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю	Луганський державний педагогічний інститут ім. Т.Г.Шевченка, 1983 р. Спеціальність історія кваліфікація вчитель історії.	Докторська дисертація "Методологія і методика дослідження змісту масової комунікації. (Диплом ДН 002770 від 16.05.1996)	35	526 наукових р-т, в т.ч. 30 мг. та 48 брошур. З них 66 науково-метод. р-т, в т.ч. 10 підручників і 24 навч. пос-в 853 конференції. Керівник 34 кандидатських та 9 докторських дисертацій.	
Члени проектної групи						

<p>Шабліовський Володимир Євгенович</p>	<p>Доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю</p>	<p>Київський державний університет ім. Т.Г.Шевченка, 1978 р. Спеціальність: українська мова і література, кваліфікація: Філолог. Викладач української мови та літератури</p>	<p>Кандидатська дисертація «Поетико-стильові традиції східнослов'янської- східнороманської фантастичної казки» (Диплом ДК № 000685 від 21.05.1998)</p>	<p>Стаж науково- педагогічної роботи в КНУ 19 років, наукової - 40 років</p>	<p>56 наукових статей та публікацій, розробник чинної на сьогодні Освітньо-професійної програми підготовки бакалавра у галузі знань 0303 журналістика та інформація, напрямок підготовки – 6.030302 реклама та зв'язки з громадськістю (за видами діяльності), затвердженого Міністерством освіти і науки України у 2010 році (керівник розробки – Різун В.В., керівник закладу-розробника – Губерський Л.В.). Керівник 3 кандидатських дисертацій, 76 магістерських робіт, що успішно були захищені в Інституті журналістики КНУ</p>	<p>Пройшов стажування в Інституті підвищення кваліфікації журналістів FOJO, (м.Кальмар,Швеція) за проектом Євросоюзу та Tacis, що має на меті реформування журналістської освіти. та стажування в Академії української преси.</p>
<p>Білан Надія Іванівна</p>	<p>Доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю</p>	<p>Київський університет імені Тараса Шевченка, 1997 р., філолог, викладач української мови та літератури</p>	<p>Доктор наук з соціальних комунікацій, 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій «Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві: теорія, еволюції, моделі та прикладні аспекти», доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю</p>	<p>18</p>	<p>Наукових публікацій - 41. Основні: Білан Н.І., Нетреба М.М. Організація роботи прес-служб. Навчальний посібник, ВПЦ: Київський університет, 2015. – 303 с. Bilan Nadiia, Essential features of social communications // Evropsky politisky a pravni diskurz. — Praha, 2016, Issue 1, Volume 3. — P. 154 – 159.</p>	<p>Стажування в Академії української преси</p>

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

1) освітній Стандарт спеціальності 061 – журналістика за рівнем бакалавр - <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/06/25/061-zhurnalistika-bakalavr.pdf>;

2) Рекомендації професійних асоціацій:

2.1. Української ліги зв'язків з громадськістю.

2.2. Всеукраїнської рекламної коаліції (до складу коаліції входить понад 160 компаній, що працюють на рекламному ринку України)

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
«Реклама та зв'язки з громадськістю»
«Advertising and Public Relations»
зі спеціальності № 061 «Журналістика»

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Ступінь вищої освіти: бакалавр Спеціальність: 061 Журналістика, Освітня програма: Реклама та зв'язки з громадськістю Level of Education: Bachelor of Journalism Speciality: 061 – Journalism Educational Programme: Advertising and Public Relations
Мова(и) навчання і оцінювання	українська, Ukrainian
Обсяг освітньої програми	240 кредитів ЄКТС, 4 роки навчання
Тип програми	Освітньо-професійна
Повна назва закладу вищої освіти, а також структурного підрозділу у якому здійснюється навчання	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Journalism
Назва закладу вищої освіти, який бере участь у забезпеченні програми	-
Офіційна назва освітньої програми, ступінь вищої освіти та назва кваліфікації ЗВО-партнера мовою оригіналу (заповнюється для програм подвійного і спільного дипломування)	-
Наявність акредитації	Серія НД № 1189695, наказ МОН України від 04.06.2013 № 2070-Л. Термін дії сертифіката до 1 липня 2023 р.
Цикл/рівень програми	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта: сертифікат Українського центру оцінювання якості освіти з конкурсних предметів
Форма навчання	денна, заочна
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://journ.univ.kiev.ua
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми (з врахуванням рівня кваліфікації)	Забезпечити підготовку фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, сформувати здатність випускника виконувати складні спеціалізовані завдання та розв'язувати практичні проблеми в галузі реклами та зв'язків з

	громадськістю, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності.
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань / спеціальність / спеціалізація програми)	06 Журналістика/ 061 Журналістика / Реклама та зв'язки з громадськістю. <i>Об'єкти вивчення та діяльності:</i> журналістика, реклама та зв'язки з громадськістю; продукти соціального комунікування; аудиторія та інші споживачі (користувачі) цих продуктів. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття про журналістику, рекламу та зв'язки з громадськістю як соціокомунікаційні інститути. <i>Методи, методика та технології:</i> прикладні соціально-комунікаційні технології; методи й методика збору, обробки та поширення інформації, медіапланування, професійні норми та стандарти й інші спеціальні методика, що використовують у сфері соціальних комунікацій і реклами та зв'язків з громадськістю.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта у галузі журналістики з фокусуванням уваги на підготовці фахівця з рекламних та ПР-комунікацій, який, розуміючи природу і закономірності соціальних комунікацій, функціональні особливості та методологію створення медійних, рекламних та ПР-продуктів, спроможний ефективно використовувати свої знання та вміння для задоволення суспільних потреб у комунікації різного типу. Ключові слова: рекламні комунікації, зв'язки з громадськістю, медіапланування, іміджмейкінг, брендинг, івент-менеджмент, ринок рекламних та ПР-послуг, інтегровані маркетингові комунікації, інформаційні війни, копірайтинг, спічрайтинг, політичний маркетинг та менеджмент, цифрові комунікаційні технології.
Особливості програми	Опанування студентом новітніх технологій виробництва та подачі контенту з використанням найновіших електронних систем, мультимедійних засобів. Випускник має володіти основними методами, методиками й технологіями, засобами та знаряддями, що використовують у сфері практичної журналістики та соціальних комунікацій, необхідні для реалізації проектів. Навчання побудоване на проектних засадах. В практичних заняттях реалізується формування креативної, комунікаційної та організаційно-складової підготовки фахівця з рекламних та ПР-комунікацій, який зможе вибудовувати для суб'єкта комерційної

	чи політичної діяльності сучасну систему комунікацій і застосовувати інструменти оцінки її ефективності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники спеціальності «Журналістика» можуть працювати в засобах масової інформації (друкованих, аудіовізуальних, електронних, інтернет-виданнях), інформаційно-аналітичних центрах, прес-службах підприємств, політичних партій, громадських організацій, на посадах журналістів, коментаторів, кореспондентів, оглядачів, фотокореспондентів, редакторів, прес-секретарів тощо.
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Форми викладання: лекції, інтерактивні лекції, мультимедійні лекції, семінарські, практичні та лабораторні заняття. Студентоцентричне навчання, проблемно-орієнтоване навчання. Навчання на основі самостійної підготовки з використанням підручників, конспектів, мультимедійних засобів, консультацій із викладачами.
Оцінювання	Усні та письмові іспити, заліки, диференційовані заліки, захисти ознайомчої, виробничої, переддипломної практик, захист бакалаврських мінімумів (мінімальний набір практичних журналістських робіт), захист творчої кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК07. Здатність працювати в команді. ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки

	<p>як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</p>	<p>СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК02. Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>СК03. Здатність створювати медіапродукт.</p> <p>СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.</p> <p>СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p> <p>СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності</p> <p>СК07(РЗГ). Здатність застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК08(РЗГ). Здатність формувати інформаційний контент у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>СК09(РЗГ). Здатність створювати медіапродукт у сфері реклами та зв'язків з громадськістю</p> <p>СК10. Здатність провадити професійну медіадіяльність на кросмедійних платформах.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
<p>Програмні результати навчання (ПР)</p>	<p>ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.</p> <p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення</p>

	<p>професійних завдань.</p> <p>ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.</p> <p>ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.</p> <p>ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.</p> <p>ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.</p> <p>ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.</p> <p>ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.</p> <p>ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p> <p>ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p> <p>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p> <p>ПР19(РЗГ). Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу та зв'язки з громадськістю.</p> <p>ПР19(РЗГ)1. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на особливі положення й методи наук про рекламу.</p> <p>ПР19(РЗГ)2. Передбачати реакцію аудиторії на</p>
--	---

	<p>інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на особливі положення й методи наук про зв'язки з громадськістю.</p> <p>ПР20(РЗГ). Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>ПР20(РЗГ)1. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації у сфері реклами</p> <p>ПР20(РЗГ)2. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації у сфері зв'язків з громадськістю.</p> <p>ПР21(РЗГ). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>ПР21(РЗГ)1. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері реклами.</p> <p>ПР21(РЗГ)2. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері зв'язків з громадськістю.</p> <p>ПР22. Генерувати інформаційний контент, створювати медійні продукти, поширювати інформацію про них, планувати свою роботу та роботу колег, дотримуючись правил і принципів безпечної медіадіяльності на кросмедійних платформах.</p> <p>ПР23. Використовувати необхідні фізичні уміння та навички для виходу з кризових комунікаційних ситуацій.</p> <p>ПР24. Здійснювати редагування текстів українською мовою.</p> <p>ПР25. Здійснювати синхронний переклад з іноземної мови на українську.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	До викладання окремих дисциплін передбачено залучення фахівців-практиків зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	<i>Інструменти та обладнання:</i> телевізійне та радіообладнання, комп'ютерна техніка, програмне забезпечення для обробки зображень, відео, звуку та верстки.
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	При викладанні використовуються навчальні та наукові праці у галузі історії, теорії і практики реклами та зв'язків з громадськістю, матеріали на спеціалізованих порталах, ресурси із застосуванням хмарних сервісів, вебінари, презентації,

	мультимедійні засоби.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	У рамках звичайної національної кредитної мобільності.
Міжнародна кредитна мобільність	На загальних умовах.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	За умови володіння державною мовою на рівні, достатньому для навчання.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ/НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

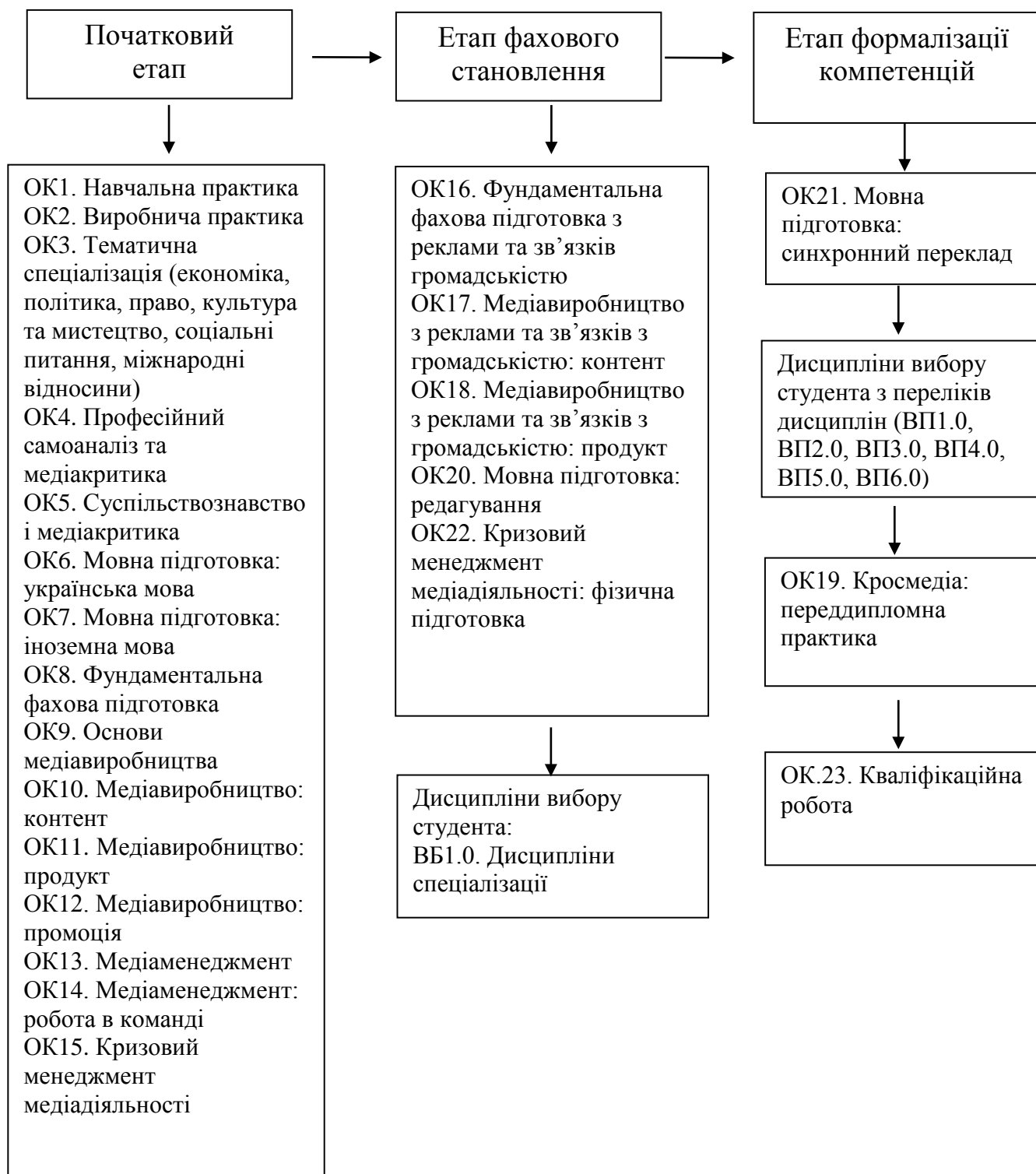
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
OK1.	Навчальна практика	5.0	Диф. залік
OK2.	Виробнича практика	12.0	Диф. залік
OK3.	Тематична спеціалізація (економіка, політика, право, культура та мистецтво, соціальні питання, міжнародні відносини)	12.0	Іспит
OK4.	Професійний самоаналіз та медіакритика	5.0	Залік
OK5.	Суспільствознавство і медіакритика	10.0	Залік
OK6.	Мовна підготовка: українська мова	5.0	Іспит
OK7.	Мовна підготовка: іноземна мова	10.0	Іспит
OK8.	Фундаментальна фахова підготовка	12.0	Іспит
OK9.	Основи медіавиробництва	10.0	Іспит
OK10.	Медіавиробництво: контент	5.0	Іспит
OK11.	Медіавиробництво: продукт	13.0	Іспит
OK12.	Медіавиробництво: промоція	5.0	Іспит
OK13.	Медіаменеджмент	6.0	Іспит
OK14.	Медіаменеджмент: робота в команді	5.0	Залік
OK15.	Кризовий менеджмент медіадіяльності	5.0	Залік
OK16.	Фундаментальна фахова підготовка з реклами та зв'язків з громадськістю	10.0	Іспит
OK17.	Медіавиробництво з реклами та зв'язків з громадськістю: контент	10.0	Іспит
OK18.	Медіавиробництво з реклами та зв'язків з громадськістю: продукт	10.0	Іспит
OK19.	Кросмедіа: переддипломна практика	6.0	Диф. залік
OK20.	Мовна підготовка: редагування	5.0	Залік
OK21.	Мовна підготовка: синхронний переклад	8.0	Іспит
OK22.	Кризовий менеджмент медіадіяльності: фізична підготовка	5.0	Залік
OK23.	Кваліфікаційна робота	6.0	Захист
	Загальний обсяг	180	
Дисципліни вибору студента (студент має обрати один з блоків)			
	Дисципліни фаху	20	
ВБ1.1.	Реклама		
ВБ1.1.1.	Фундаментальна фахова підготовка з реклами	5.0	Іспит
ВБ1.1.2.	Медіавиробництво: рекламний контент	5.0	Залік
ВБ1.1.3.	Медіавиробництво: рекламний продукт	10.0	Іспит

ВБ1.2.	<i>Зв'язки з громадськістю</i>		
ВБ1.2.1.	Фундаментальна фахова підготовка зі зв'язків з громадськістю	5.0	Іспит
ВБ1.2.2.	Медіавиробництво: PR-контент	5.0	Залік
ВБ1.2.3.	Медіавиробництво: PR-продукт	10.0	Іспит
Загальний обсяг		20.0	
Дисципліни вибору студента (студент має обрати одну дисципліну з переліку)			
ВП1.0.	<i>Перелік №1 Спецкурси за проблематикою</i>	6.0	Іспит
ВП1.1.	Спецкурс на політичну тематику	-//-	-//-
ВП1.2.	Спецкурс на бізнесову тематику	-//-	-//-
ВП1.3.	Спецкурс на міжнародну тематику	-//-	-//-
ВП1.4.	Спецкурс на освітню тематику	-//-	-//-
ВП1.5.	Спецкурс на правову тематику	-//-	-//-
ВП1.6.	Спецкурс на соціальну тематику	-//-	-//-
ВП1.7.	Спецкурс на спортивну тематику	-//-	-//-
ВП1.8.	Спецкурс на наукову тематику	-//-	-//-
ВП1.9.	Спецкурс на історичну тематику	-//-	-//-
ВП1.10.	Спецкурс на релігійну тематику	-//-	-//-
ВП1.11.	Спецкурс на мистецьку тематику	-//-	-//-
ВП1.12.	Спецкурс на туристичну тематику	-//-	-//-
ВП1.13.	Спецкурс на таблоїдну тематику	-//-	-//-
ВП1.14.	Спецкурс на рекламну тематику	-//-	-//-
ВП1.15.	Спецкурс на PR тематику	-//-	-//-
ВП2.0.	<i>Перелік № 2 Спецкурси з фундаментально-фахової підготовки (студент має обрати одну дисципліну з переліку)</i>	6.0	Іспит
ВП2.1.	<i>Актуальні технології реклами</i>		
ВП2.2.	<i>Сучасна PR-практика</i>		
ВП3.0.	<i>Перелік № 3 Спецкурси з професійної підготовки (студент має обрати одну дисципліну з переліку)</i>	8.0	Залік
ВП3.1.	<i>Реклама (за видами)</i>		
ВП3.2.	<i>PR (за видами)</i>		
ВП4.0.	<i>Перелік № 4 Спецкурси з загальнонаукової підготовки (студент має обрати одну дисципліну з переліку)</i>	6.0	Іспит
ВП4.1.	<i>Спецкурс із політичного консалтингу</i>		
ВП4.2.	<i>Спецкурс із поведінки споживачів</i>		
ВП5.0.	<i>Перелік № 5 Спецкурси за вільним вибором (студент має обрати одну дисципліну з переліку)</i>	6.0	Іспит
ВП5.1.	Комунікаційна ефективність у рекламі та ПР		
ВП5.2.	Іміджмейкінг як форма сучасних соціальних комунікацій		
ВП6.0.	<i>Перелік № 6 Спецкурси за вільним вибором (студент</i>	8.0	Іспит

	має обрати одну дисципліну з переліку)		
ВП6.1.	Медіа-дослідження в інформаційному суспільстві: контент-аналіз, медіаметрія		
ВП6.2.	Креативний брендинг		
Загальний обсяг		40	
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	
<p><i>Всього за навчальним планом: кредитів – 240, іспитів – 17, заліків – 16;</i> <i>У тому числі:</i> <i>обов'язкові дисципліни (з вибором ЗВО): кредитів – 180, іспитів – 14, заліків – 11;</i> <i>вибір студента: кредитів – 60, іспитів – 3, заліків – 5.</i></p>			

2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 061 «Журналістика» проводиться у формі захисту творчої кваліфікаційної роботи.

Творчою кваліфікаційною роботою є проект інформаційного продукту або ж сам продукт, виготовлений студентом індивідуально чи у складі групи (2–3 особи).

Інформаційними продуктами є газета, журнал, книга, брошура, буклет, дайджест, альманах, газетно-журнальні матеріали (цикл чи серія матеріалів) певного жанру (журналістське розслідування, проблемна/полемічна стаття, публіцистичний портрет, інтерв'ю, рецензія, огляд, огляд преси, проблемний/подорожній нарис тощо), фільм, телевізійна або радіопередача, теле- або радіосюжет, сайт, бази даних, електронне видання, електронні журналістські матеріали, серія фото публікацій, рекламні акції, ПР-акції, іміджеві акції, організація виставок, культурних заходів, що носять інформаційний характер тощо.

Проектом є концепція інформаційного продукту та його втілення (макет продукції, сценарій тощо).

Кожна творча кваліфікаційна робота повинна мати пояснювальну записку, в якій вказуються особливості запропонованого проекту чи продукту, технічні характеристики, специфікації аудиторії. На захисті кваліфікаційної роботи підтверджується опанування студентом інтегральної компетентності, яка охоплює, зокрема, такі результати навчання: ПР02, ПР03, ПР04, ПР11, ПР12, ПР13, ПР14, ПР15, ПР19(РЗГ), ПР20(РЗГ), ПР21(РЗГ).

Упродовж навчання студент виконує також роботи бакалаврського мінімуму (курсів роботи), які є модулем медіавиробництва відповідно до професійної кваліфікації.

Випускникам, які успішно захистили кваліфікаційну роботу, видається документ встановленого зразка про присвоєння освітньої кваліфікації: Бакалавр журналістики.

Для присвоєння професійної кваліфікації «Організатор громадських заходів» студент повинен отримати не нижче 90 балів за дисципліни ОК19, ОК23, не нижче 80 балів за дисципліни ОК16, ОК17, ОК18, ОК20, ОК22, ВБ1.2 («Зв'язки з громадськістю»).

Для присвоєння професійної кваліфікації «Представник з реклами» студент повинен отримати не нижче 90 балів за дисципліни ОК19, ОК23, не нижче 80 балів за дисципліни ОК16, ОК17, ОК18, ОК20, ОК22, ВБ1.1 («Реклама»).

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	ВБ1.0	ВП1.0	ВП2.0	ВП3.0	ВП4.0	ВП5.0**	ВП6.0**
ЗК01	*	+																	*									*		
ЗК02			+																					+	+					
ЗК03				+																										
ЗК04									+																					
ЗК05									+																					
ЗК06													+	*	*							*								
ЗК07													+	*																
ЗК08	+	*																	*									+		
ЗК09				*	+																									
ЗК10				*	+																									
ЗК11						+	*				*							*		+	*			*	*					
ЗК12						*	+													*	+									
СК01								+								*										+	*			
СК02										+	*																			
СК03										*	+	*																		
СК04														+																
СК05											*	+																		
СК06															+								+							
СК07 (РЗГ)								*								+										*	+			
СК08 (РЗГ)			*							*							+	*						*	*					
СК09 (РЗГ)			*							*	*						*	+						*	*					
СК10																			+											
ІК*																							+							

+ - обов'язкова, визначальна відповідність компонента ОПП компетентності; * - можлива, супровідна відповідність компонента ОПП компетентності

ІК* Інтегральна компетентність

ВП5.0** і ВП6.0** має відповідати одній з компетентностей цієї або іншої ОПП, що має бути прописано у РНП вибіркової дисципліни

5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	ВБ1.0	ВП1.0	ВП2.0*	ВП3.0**	ВП4.0***	ВП5.0****	ВП6.0****		
ПР01	*	+																	*													
ПР02			+																				+	+	+							
ПР03				+																			+									
ПР04									+														+									
ПР05									+																							
ПР06													+	*	*								*									
ПР07													+	*																		
ПР08	+	*																		*												
ПР09				*	+																											
ПР10				*	+																											
ПР11						+	*				*												+									
ПР12						*	+																+									
ПР13								+								*							+									
ПР14									+	*													+									
ПР15									*	+	*												+									
ПР16														+																		
ПР17										*	+																					
ПР18															+								+									
ПР19 (РЗГ)								*								+							+	+								
ПР19 (РЗГ)1																								+								
ПР19 (РЗГ)2																								+								
ПР20 (РЗГ)			*							*							+	*					+	+								
ПР20 (РЗГ)1																								+								
ПР20 (РЗГ)2																								+								

