

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов

« _____ » 2021 року

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

для студентів

спеціальності	<i>061 «Журналістика»</i>
освітнього рівня	<i>першого (бакалаврського)</i>
освітньої програми	<i>061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»</i>



Київ – 2021

Розробники:

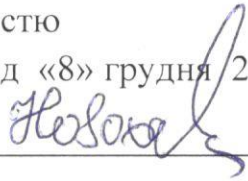
Ужанська Тетяна Іллівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Університету Грінченка;

Пітцик Владлена Юріївна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Університету Грінченка;

Белофасова Таїсія Юріївна, к.п.н., доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Університету Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від № 5 від «8» грудня 2020 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

8 грудня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми  М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено

10 грудня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О. А. Росінська

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 практики

Найменування показників	Характеристика навчальної практики	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Вид практики	обов'язкова	
Загальний обсяг кредитів/годин	3 кредити/90 годин	
Курс	2	
Семестр	4	
Кількість змістовних компонентів із розподілом:		
Обсяг кредитів	3	
Обсяг годин	90	
Тривалість (у тижнях)	2	
Форма семестрового контролю	залік	

2. Бази практики

Базами практики є державні, приватні та комунальні установи, що здійснюють рекламну та PR-діяльність.

Орієнтовний перелік баз для проходження навчальної практики:

- ТОВ «ДІАЛЛА» м. Київ;
- Українське національне інформаційне агентство «УКРІНФОРМ»;
- Управління туризму та промоції КМДА;
- Центр публічної комунікації та інформації КМДА;
- Управління інформаційного забезпечення та доступу до публічної інформації КМДА;
- Департамент охорони здоров'я виконавчого органу Київської міської ради КМДА;
- Центр у справах сім'ї та жінок Шевченківського району м. Києва Шевченківської районної в місті Києві державної адміністрації;
- Комунальне підприємство Виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) "Європейський культурний центр Краків";
- Київський академічний театр українського фольклору "Берегиня";
- Київська організація національної спілки письменників;
- Київський академічний фольклорно-етнографічний ансамбль "Калина";
- Державна бібліотека України для юнацтва;

- Маркетингове агентство "NEBO";
- ПЗСО I-III ст. "Гімназія А+";
- Всеукраїнська молодіжна громадська організація «Студентська республіка»;
- БФ "Центр реадaptaції та реабілітації "ЯРМІЗ";
- Благодійна організація всеукраїнський благодійний ФОНД "Додому";
- Громадська організація "Рух Чесно";
- Громадська організація "Академія сучасного політика";
- Громадська організація "Детектор медіа";
- Громадська організація "Міжнародна школа рівних можливостей";
- ТОВ "Р.Д.С".

Бази практики підбираються відповідно до завдань, поставлених від баз практики і з реальними професійними середовищами для формування конкурентно спроможних випускників. До переліку баз практики кафедрою можуть вноситись зміни (доповнення, заміни, відміни), спрямовані на підвищення ефективності практики.

Студент має право проходити навчальну практику на самостійно обраній базі практиці за умови можливості виконання завдань, відповідно до програми практики.

3. Мета та завдання практики

Навчальна практика – це знайомство з особливостями професії рекламіста та фахівця з PR-технологій.

Метою практики є ознайомлення із специфікою професії, розширення та закріплення отриманих теоретичних знань, набуття практичного досвіду з освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»: проведення SWOT-аналізу, застосування і використання інтегрованих маркетингових комунікацій, ознайомлення з організацією та плануванням рекламної кампанії, особливістю організації PR-заходів, аналіз інформації у ЗМІ та соціальних мережах, участь у підготовці іміджевих та PR-статей.

Завдання практики спрямовані на формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, пов'язаних з процесом підготовки рекламних та PR-продуктів, їхньої конкурентоспроможності на ринку; ознайомити із специфікою діяльності, структурою спеціалізованих агенцій, рекламних та PR-відділів (служб), обов'язками їх працівників.

Навчальна практика сприяє розвитку таких компетентностей:

- загальні компетентності:

ЗК-3 Громадянська. Здатність до реалізації прав і обов'язків громадянина України. Здатність розуміти цінності життя та створювати умови для їх збереження. Здатність робити свідомий соціальний вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень. Повага до Батьківщини, народу, держави, її символіки, традицій, мови. Уміння діяти з соціальною відповідальністю та громадською свідомістю.

ЗК-5 Самоосвітня. Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

ЗК-7 Міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.

- фахові компетентності:

ФК-2 Інформаційна. Здатність створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати. Здатність застосовувати традиційні та сучасні інформаційні технології у професійній діяльності. Знання специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Здатність до ефективного обрання медіаресурсів (телебачення, радіо, преса, зовнішня реклама, інтернет). Можливості складання та компонування медіаплану. Уміння комбінувати всі види медіабаїнгу для досягнення оптимального результату рекламної та PR-кампаній.

4. Результати проходження практики

Проходження навчальної практики спрямоване на отримання таких **програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:**

ПРН-3 Здатність виявляти активну громадянську та життєву позицію, нести соціальну відповідальність на особистісному й професійному рівнях., усвідомлювати цінності життя.

ПРН-5 Демонструвати готовність до навчання впродовж життя, здатність до самоосвіти і саморозвитку.

ПРН-7 Демонструвати спроможність ефективно працювати в команді. Координувати виконання завдання із завданнями колег.

ПРН-9 Використовувати сучасні інформаційні технології у професійній діяльності, спиратися на знання процесів розвитку та функціонування українських та зарубіжних медіа систем, специфіки створення і

функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Обирати медіаресурси. Комбінувати всі види медіабайнгу.

У результаті проходження практики студенти навчаються:

- аналізувати діяльність баз практик, їх корпоративні атрибути: сайти та активність в соціальних мережах;
- створювати публікації на теми популяризації компанії (іміджеві та PR-статті);
- вміти написати прес-анонс, прес-реліз, пост-реліз до визначених заходів;
- створювати презентацію (аналітично-дослідницьку, іміджеві, піар-презентацію);
- приймати участь в організації рекламної кампанії, вміти комунікувати з працівниками фірми;
- аналізувати всі види реклами (інформаційну, нагадуючу, переконуючу, іміджеву, а також соціальну, політичну тощо);
- аналізувати програми піар-заходів для різних цілей;
- виконувати функції: копірайтера, організатора івент-заходів, помічника менеджера з SMM просування.

5. Структура практики

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Вивчення документації та планування діяльності	
1) Установча конференція	2
2) Вивчення документації, пов'язаної із проходженням практики	2
3) Планування практики, визначення завдань для кожного змістовного компонента та узгодження із керівником від кафедри	6
Разом	10
Етап 2. Робота на базі практики	
1) Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів	5
2) Ознайомлення із порядком роботи, узгодження завдань із керівником від кафедри й бази практики	5
3) Планування своєї роботи на базі практики	3
4) Створення рекламних та PR продуктів, участь в івентах, робота над власним звітом	60
5) Виконання самостійного завдання	5
6) Оформлення документації та створення звітної презентації про проходження практики	2
Разом	80
Усього	90

6. Зміст практики

- 1) Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів.
- 2) Узгодження завдань із керівниками від кафедри й бази практики. Визначення напрямку діяльності студента в організації.
- 3) Ознайомлення із структурою організації і порядком роботи в організації. Визначення напрямку діяльності студента; узгодження завдань та графіку практики.
- 4) Виконання завдання практики. Планування свого звіту про роботу.
- 5) Робота над звітом. *Звіт про роботу організації* має включати наступні компоненти:
 1. Інформаційна довідка: (назва, тип, дата заснування, форма власності, логотип, корпоративні атрибути, відповідність ефективності роботи фірми в Інтернет просторі).
 2. Історія фірми, аналіз попередніх проведених рекламних компаній
 3. Структура (філії, відділи тощо).
 4. Функції працівників відділу маркетингу, реклами, дизайну тощо. Мета і завдання їх діяльності.
 5. Аналіз організації департаменту маркетингу, відділу реклами, зв'язків з громадськістю тощо.
 6. Характеристика проведених заходів фірми щодо популяризації товару (послуги) та проведення PR-заходів.
 7. Робота з клієнтами / цільовою аудиторією.
 8. Висновки.
- 6) Оформлення звіту про проходження практики. Участь у звітній конференції. Самостійна робота.

Звітування про проходження навчальної практики. Залік

План

- 1) Оформлення документації про проходження практики.
- 2) Підготовка матеріалів та презентації для захисту.
- 3) Звітна конференція, захист результатів практики, презентація власного звіту.

6.1. Особливості організації і проведення практики

Навчально-методичне керівництво практикою студентів спеціальності 061 Журналістика освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» здійснює кафедра реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики.

Для організації практики здійснюється:

- розроблення і затвердження програми практики;
- розроблення і затвердження форм звітної документації;
- встановлення баз практик і укладання договорів про проведення практик з відповідними організаціями.

Бази практики та форми її проведення підбираються відповідно до її завдань та затверджуються кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю. До

переліку баз практики та заходів кафедрою можуть вноситись зміни (доповнення, заміни, відміни), спрямовані на підвищення ефективності практики.

Не пізніше ніж за місяць до початку практики студент повинен: визначитися із місцем її проходження, послуговуючись наявною на кафедрі базою практики або самостійно; погодити свій вибір із керівником практики і подати на кафедру лист-клопотання (погодження) від організації, яка приймає студента для виконання завдань навчальної практики.

На початку практики студенти ознайомлюються з програмою практики, дізнаються основні вимоги щодо проходження практики, проходять консультацію-інструктаж щодо проходження практики і оформлення документів за її результатами; отримують необхідні для успішного проходження практики рекомендації, документи.

Розподіл студентів на бази практики і призначення керівників із числа викладацького складу кафедри відбувається за розпорядженням директора Інституту журналістики. Керівники практики від кафедри та від баз практики перевіряють організацію та якість проходження практики студентами.

Від організації, що є базою практики, керують спеціалісти з числа досвідчених, найбільш кваліфікованих співробітників, яких призначено наказом адміністрації цього підприємства.

Для виконання завдань практики студент повинен детально ознайомитись з технологією та організацією виробництва, особливостями і специфікою організації, її функціональними підрозділами, відділами, а також з технічним забезпеченням виробничого процесу, умовами праці, особливостями програмного забезпечення тощо. В разі проходження студентами практики дистанційно, керівник практики від кафедри перевіряє ідентичність існуючих програм у практиканта і допомагає в разі не відповідності.

Викладачі кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, які призначені керівниками практики, забезпечують організаційно-методичну роботу студентів-практикантів. Керівником практики вирішуються всі питання щодо організації практики та можливості відпрацювання питань з організації роботи студентів у відповідних базах практики. До керівництва практикою студентів залучаються досвідчені викладачі кафедри, які беруть безпосередню участь у навчальному процесі.

6.2. Завдання для самостійної роботи та / або перелік індивідуальних завдань для студентів

Вид практики	Завдання
Навчальна практика	Опис місії організації (фірми) з елементами застосування маркетингової комунікаційної політики; створення іміджу фірми; аналіз конкурентів.

6.3. Обов'язки студентів під час проходження практики

Студенти при проходженні практики зобов'язані:

- під час установчої конференції до початку практики ознайомитися із розпорядженням про проведення практики;
- одержати від викладача-керівника копію розпорядження (витяг) про направлення на базу практики, програму практики та інші методичні матеріали, передбачені програмою (щоденник, календарний план, індивідуальне завдання, методичні вказівки тощо) та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів та форм звітності;
- своєчасно прибути на базу практики;
- ознайомитися з правилами техніки безпеки, охорони праці, внутрішнього трудового розпорядку бази практики й суворо їх дотримуватися;
- у повному обсязі виконувати завдання, передбачені програмою практики;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- своєчасно оформити звітну документацію;
- захистити звіт про проходження практики.

6.4. Обов'язки керівників практики від кафедри та від бази практики

Керівниками практики від кафедри призначаються кваліфіковані викладачі, в обов'язки яких входить низка заходів, зокрема:

- розподіляють студентів за базами практики;
- знайомлять студентів із програмою практики, метою, завданнями, критеріями оцінювання, системою та формами звітності;
- контролюють своєчасне прибуття студентів до бази практик та її відвідування, виконання студентами програми практики та індивідуального завдання, строків її проведення, правил внутрішнього розпорядку баз практики;
- отримують від адміністрації бази практики копії (витягу) наказу / розпорядження про прийняття студентів на практику із зазначенням строків та призначенням безпосередніх керівників від бази практики;
- забезпечують разом із керівниками від бази практики якісне проходження практики студентами відповідно до затвердженої програми;
- контролюють умови праці й побуту студентів на базі практики, проводять з ними обов'язкові інструктажі;
- надають допомогу студентам під час виконання завдань практики, збору матеріалів до проектів;
- проводять консультації щодо обробки зібраного матеріалу та його використання у звіті про проходження практики;
- беруть участь в установчій і звітній конференціях;
- беруть участь у комісії із захисту студентських звітів про практику та передавання їх на кафедру для зберігання;

- оцінюють результати проходження практики;
- забезпечують своєчасне оформлення й надання документації щодо оплати праці керівниками від бази практики, керівнику від структурного підрозділу.

Керівники від бази практик мають бути кваліфіковані фахівці, призначені відповідним наказом. Вони приймають студентів на практику згідно з календарним планом, проводять інструктажі з техніки безпеки та охорони праці (ввідний та на робочому місці), створюють належні умови для виконання студентами програм практики, не допускають ситуацій використання практикантів для виконання робіт, що не відповідають програмі практики та їхньому майбутньому фаху.

Керівники від бази практик надають студентам можливість користуватися бібліотеками, лабораторіями, кабінетами, матеріально-технічними засобами, інформаційними ресурсами та іншими документами, необхідними для виконання програми практики.

Керівники від бази практик ведуть облік виходу на роботу студентів практикантів й повідомляють про всі порушення трудової дисципліни та інші порушення адміністрації університету. Після закінчення практики дають характеристику на кожного студента-практиканта, в котрій відображується виконання ним програми практики, якість підготовленого звіту тощо.

7. Контроль навчальних досягнень

7.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Види робіт / діяльності студента	Форма звітності	Максимальна кількість балів		
		За одиницю	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Навчальна практика				
Виконання завдань практики	Звіт про роботу бази практики у друкованому вигляді	60	1	70
Підготувати завдання самостійної роботи	Виконане завдання представлене у друкованому форматі Word	20	1	20
Підготувати матеріали звіту та презентацію на звітну конференцію	Заповнений щоденник, наявність характеристики та відгуку, презентація у форматі Microsoft	10	1	10

	PowerPoint на корпоративному шаблоні			
Публічний захист презентації результатів практики	Публічний виступ	10	1	10
Разом				100
Максимальна кількість балів: 100				

7.2. Перелік звітної документації

Після закінчення терміну практики студенти звітують про виконання програми. Студент-практикант зобов'язаний впродовж трьох днів подати керівнику від кафедри звітні документи.

До матеріалів звіту належать:

- Щоденник практики (підписаний керівником практики); - див. Додаток 1.
- Характеристика (підписана керівником від бази практики і завірена печаткою чи штампом бази практики або на корпоративному бланку); - див. Додаток 2.
- Відгук керівника від кафедри реклами та зв'язків з громадськістю з висновками; - див. Додаток 3.
- Додатки до звіту демонструється в презентації, яка створена студентом протягом практики.

7.3. Система контролю та критерії оцінювання

Підсумкове звітування й захист практики відбувається перед комісією, до складу якої входять керівники практики від університету і, за можливості, від баз практики, викладачі кафедри.

За результатами захисту виставляється оцінка, яка відповідає вимогам Болонського процесу, фіксується у відомості і в заліковій книжці студента.

Студенту, який не виконав програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики повторно при виконанні умов, визначених інститутом.

7.4. Шкала відповідності оцінок

Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
90-100	A – відмінний рівень знань \ умінь \ навичок в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
82-89	B – достатньо високий рівень знань \ умінь \ навичок в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
75-81	C – в цілому добрий рівень знань \ умінь \ із незначною кількістю помилок
69-74	D – посередній рівень знань \ умінь \ із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності

60-68	Е – мінімально можливий допустимий рівень знань \ умінь \ навичок
1-59	FX - обов'язкове повторне проходження – досить низький рівень знань \ умінь \ навичок, що вимагає повторного проходження

8. Рекомендовані джерела

1. Закон України Про Рекламу (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181)
2. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України // Відом. Верхов. Ради України. 2003. №36. С. 275; В ред. Закону №1206-18 від 06.11.2014. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/851-15> (дата звернення: 28.03.2020).
3. Про інформацію : Закон України від 2 жовт. 1992 р. № 2657-ХІІ // Відом. Верхов. Ради України. 1992. №48. Ст. 650; В ред. Закону №317-19 від 21.05.2015. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення 15.05.2020).
4. Вартанов Г. ЗМІ: короткий словник термінів і понять. Київ : Грамота, 2005. 64 с.
5. Доценко К. Практика у професійному становленні студентів факультету журналістики : навчально-методичний посібник для денного і заочного відділень факультету журналістики (спеціальність „Журналістика”). Запоріжжя : ЗНУ, 2012. 64 с.
6. Карпенко В. Основи професійної комунікації. Київ : Нора-Принт, 2002. 348 с.
7. Рембецька О. Методичні рекомендації до проведення пропедевтичної, навчальної та виробничої практик для студентів спеціальності «Журналістика». Херсон : Видавництво ХДУ, 2008. 44 с.
8. Яцюк Д. Реклама в Інтернеті. Київський національний торговельно-економічний університет, Київ : 2018. 296 с.
9. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Дніпро : Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
10. Шарп Байрон. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Київ : Наш Формат, 2019. 240 с.
11. Ноймайер Марті. Zag. Найкращий посібник з брендингу. Харків : Клуб Семейного Досуга, 2017. 198 с.

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю
Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр
Спеціальність: «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Щоденник

з навчальної практики

на базі

Виконавець:

Студент(ка) _____ курсу
_____ групи

(ПІБ)

Керівник практики: від кафедри
(посада, звання)

(ПІБ)

Характеристика і оцінка від керівника бази практики

_____ (назва бази практики)

Керівник бази практики _____ (підпис) _____ (прізвище та ініціали)

Печатка «_____» _____ 20 __ року

