



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>I. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>															
<b>I.1. Цикл професійної підготовки</b>															
OK 1	Вступ до фаху та до наукових медіастудій	1		4	120	34	16		18	86	8	4		4	112
OK 2	Технічні засоби рекламного виробництва		1	4	120	54		54		66	14		14		106
OK 3	Українська мова в рекламі та PR	2;3;4		12	360	144	24		120	216	36	6	0	30	324
OK 4	Теорія масової комунікації та інформації	1		3	90	38	18		20	52	10	4		6	80
OK 5	Практика рекламної та PR-діяльності	1;2;4;6;8	3;5	28	840	344	158		186	496	86	40	0	46	754
OK 5.1	Практика рекламної та PR-діяльності: загальні засади														
OK 5.2	Практика рекламної та PR-діяльності: друкована реклама														
OK 5.3	Практика рекламної та PR-діяльності: зовнішня реклама														
OK 5.4	Практика рекламної та PR-діяльності: радіореклама														
OK 5.5	Практика рекламної та PR-діяльності: телевізійна реклама														
OK 5.6	Практика рекламної та PR-діяльності: інтернет-реклама (Google Ads)														
OK 5.7	Практика рекламної та PR-діяльності: web-сайти та основи SEO														
OK 5.8	Практика рекламної та PR-діяльності: рекламні агентства														
OK 6	Професійна комунікація англійською мовою	4;6;8		18	540	180			180	360	46		0	46	494
OK 7	Прес-служби та інформгентства			3	90	44	20		24	46	12	6		6	78
OK 8	Теорія реклами та PR	2		4	120	60	24		36	60	16	6		10	104
OK 9	Теорія журналістики		2	4	120	44	20		24	76	12	6		6	108
OK 10	Рекламний фотоконтент		1	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
OK 11	Жанри реклами	3		4	120	36	16		20	84	10	4		6	110
OK 12	Історія реклами та PR	3;4		7	210	72	32		40	138	18	8	0	10	192
OK 13	Економічні засади рекламних та PR-кампаній		3	3	90	36	16		20	54	10	4		6	80



ОК 14	Сторителінг у рекламі		3	3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 15	Редагування рекламної продукції		4	3	90	36	8	18	10	54	10	4	4	2	80
ОК 16	Цифрові медіа		4	3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 17	Креативні індустрії та креатив у рекламі	5		4	120	36	16		20	84	10	4		6	110
ОК 18	Основи ефективної рекламної комунікації	5		4	120	60	28		32	60	16	8		8	104
ОК 19	Іміджелогія та політичні комунікації		5	3	90	60	30	30		30	16	8	8		74
ОК 20	Етика в рекламі та PR	5		3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ОК 21	Верстання і дизайн рекламної продукції	6		3	90	40		40		50	10		10		80
ОК 22	Соціальна реклама	6		3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 23	Маркетинг у соціальних медіа		6	3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 24	Стратегічний менеджмент рекламної діяльності		6	3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 25	Брендинг	7		3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 26	Спічрайтинг		7	3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 27	Корпоративні комунікації в рекламі та PR	7		3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 28	Аналітика рекламного середовища	7		3	90	36	16		20	54	10	4		6	80
ОК 29	Організація громадських і PR-заходів	8		3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ОК 30	Електронна комерція		8	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ОК 31	Курсова робота 1		4	3	90					90					90
ОК 32	Курсова робота 2		6	3	90					90					90
ОК 33	Навчальна рекламна практика		4	3	90					90					90
ОК 34	Навчальна журналістська практика		6	3	90					90					90
ОК 35	Навчальна рекламна практика		7	3	90					90					90
ОК 36	Виробнича рекламна практика		8	6	180					180					180
ОК 37	Переддипломна практика		8	3	90					90					90
ОК 38	Кваліфікаційна робота		7	6	180					180			0	0	180
			<b>Загалом</b>	<b>180</b>	<b>5400</b>	<b>1762</b>	<b>626</b>	<b>142</b>	<b>994</b>	<b>3638</b>	<b>462</b>	<b>164</b>	<b>36</b>	<b>262</b>	<b>4938</b>

## 2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

### 2.1. Цикл загальної підготовки

ВК 1	Категорія фізичної підготовки і збереження здоров'я		1;2	6	180	90		90		90	16		16		164
ВК 2	Категорія іноземних мов (англ/німець/франц/польс)		1;2	6	180	60			60	120	16			16	164
ВК 3	Категорія інформаційно-комунікаційних дисциплін		2	3	90	30	6	24		60	8	2	6		82
ВК 4	Категорія історії культури		2	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ВК 5	Категорія історичних дисциплін		1	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ВК 6	Категорія філософських дисциплін		3	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ВК 7	Міжгалузева навчальна дисципліна 01		5	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82
ВК 8	Міжгалузева навчальна дисципліна 02		6	3	90	30	14		16	60	8	4		4	82



<b>Загалом</b>	<b>30</b>	<b>900</b>	<b>330</b>	<b>76</b>	<b>114</b>	<b>140</b>	<b>570</b>	<b>80</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>36</b>	<b>820</b>
----------------	-----------	------------	------------	-----------	------------	------------	------------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

### 2.2. Цикл професійної підготовки

ВК 11	Копірайтинг / Рерайтинг	3	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 12	Правові основи рекламної комунікації	4	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 13	Управління медіапроектами / Іvent-практики	4	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 14	Психологічні основи реклами та PR / Медіапсихологія	5	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 13	Медіаграмотність і фактчекінг / Кризові комунікації	6	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 15	Мова реклами		3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 16	Політична реклама та передвиборчі технології / Виставкова та ярмаркова діяльність	7	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 17	Графічні технології в рекламі / Digital-комунікації	7	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 18	Взаємодія з аудиторією / Медіаметрія	8	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
ВК 19	Соціологія масової комунікації / Соціологія реклами	8	3	90	30	14	16	60	8	4	4	82
<b>Загалом</b>		<b>30</b>	<b>900</b>	<b>300</b>	<b>140</b>		<b>160</b>	<b>600</b>	<b>80</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>820</b>

### Загалом за навчальним планом

у тому числі

обов'язкові дисципліни

(у відсотках)

внутрішньогалузеві дисципліни

(у відсотках)

міжгалузеві дисципліни

(у відсотках)

дисципліни гуманітарного блоку

(у відсотках)

240	7200	2392	842	256	1294	4808	622	226	58	338	6578
-----	------	------	-----	-----	------	------	-----	-----	----	-----	------

180	5400	1762	626	142	994	3638	462	164	36	262	4938
75%	75%	74%	74%	55%	77%	76%	74%	73%	62%	78%	75%
30	900	300	140		160	600	80	40		40	820
13%	13%	13%	17%		12%	12%	13%	18%		12%	12%
21	630	240	34	114	92	390	56	10	22	24	574
9%	9%	10%	4%	45%	7%	8%	9%	4%	38%	7%	9%
9	270	90	42		48	180	24	12		12	246
4%	4%	4%	5%		4%	4%	4%	5%		4%	4%

### III. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ

Назва	Форма атестації	Семестр
Теорія і практика рекламної та PR-діяльності	екзамен	8
Кваліфікаційна робота	публічний захист	8

### IV. ЗВЕДЕНА ІНФОРМАЦІЯ ЗА СЕМЕСТРАМИ

Розподіл за семестрами	1	2	3	4	5	6	7	8
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---

Кількість кредитів ЄКТС	30	30	30	30	30	30	30	30
Кількість годин	900	900	900	900	900	900	900	900
Кількість екзаменів	3	3	3	4	3	4	3	3
Кількість заліків	5	5	5	4	5	4	4	3
Кількість курсових робіт	0	0	0	1	0	1	0	0
Кількість навчальних та виробничих практик	0	0	0	1	0	1	1	2

Навчальний план складено:

гарант освітньої програми

к. соц. ком., доцент

проектна група

к. філол. н., доцент

к. філол. н., доцент

ст. викл.


Н. О. Ковтун  
Т. Г. Бондаренко  
О. Л. Надточій  
С. В. Коваль

Навчальний план погоджено:

Завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій



к. філол. н., доцент

Директор навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій

к. філол. н., доцент

Начальник навчально-методичного відділу

д. ф.-м. н., професор

Т. Г. Бондаренко  
І. І. Погрібний  
Т. В. Запорожець