

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«Реклама та PR у медіагалузі»**

**підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні**  
**за спеціальністю 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**  
Голова Вченої ради  
  
/Черевко О.В./  
(протокол № 7 від 24.06.2021 р.)

**Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2021 р.**

Ректор   
/Черевко О.В./  
(наказ № 473-с від 26.08.2021 р.)



# ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

## освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський)
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	06«Журналістика»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	061 «Журналістика»
ОСВІТНЯ ПРОГРАМА	«Реклама та PR у медіагалузі»
СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ (за наявності)	
ПРОФЕСІЙНА КВАЛІФІКАЦІЯ (за наявності)	Бакалавр журналістики, фахівець із реклами та PR у медіагалузі

### Розробники програми:

Бондаренко Т. Г., канд. філол. наук,  
доцент



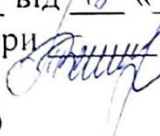
Ковтун Н. О., канд. наук із соц. ком.,  
доцент



Коваль С. В., старший викладач



### ЗАПРОПОНОВАНО:

кафедрою журналістики, реклами та PR-технологій  
протокол № 8 від 18 «10» 2024 року  
завідувач кафедри  Т. Г. Бондаренко

### ПОГОДЖЕНО

вченою радою ННІ УФСК  
протокол № 8 від 20 «10» 2024 року  
голова вченої ради ННІ УФСК  С. І. Погрібний



## **Преамбула**

Освітньо-професійна програма (ОПП) підготовки бакалаврів зі спеціальності 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика» є нормативним документом, що узагальнює зміст освіти, тобто відображає цілі освітньої та професійної підготовки, описує місце фахівця й вимоги до його компетентностей та інших соціально важливих властивостей і якостей.

## **РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ**

Ковтун Наталія Олексіївна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій.

Бондаренко Тетяна Григорівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій.

Коваль Світлана Валеріївна – старший викладач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій.

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗОВНІШНЮ АПРОБАЦІЮ

### *Рецензії представників академічної спільноти:*

**Іванова Олена Андріївна**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

**Голік Оксана Василівна**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики та реклами Київського національного торговельно-економічного університету.

### *Рецензії представників професійної спільноти:*

**Матвієнко Аліна Олександрівна**, співзасновниця та керівник Компанії з надання маркетингових послуг «DarLid».

## ПЕРЕДМОВА

Освітня програма підготовлена робочою групою в складі, що зазначений у таблиці.

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади (для сумісників – місце основної роботи, назва 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-дослідницька 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						
<b>Ковтун Наталія Олексіївна</b>	Доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій	Черкаський державний університет імені Богдана Хмельницького, 1998 р., спеціальність – «Українська мова та література», кваліфікація «Учитель української мови та літератури»	Кандидат наук із соціальних комунікацій, 2011 р, спеціальність 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. Тема дисертації: «Рекламний радіодискурс: соціокомунікативний та лінгвальний аспекти» (диплом ДК 003135, від 22.12.2011). Доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій (атестат 12ДЦ 038052 від 14.02.2014)	20	Автор понад 30 наукових і методичних праць, зокрема монографії та навчально-методичного посібника	Стажування у Федеральній асоціації громадянських медіа (м. Людвігсхафен, Німеччина, липень – листопад 2019 р.).
<b>Бондаренко Тетяна Григорівна</b>	Завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій	Черкаський державний університет імені Богдана Хмельницького, 1997 р. спеціальність – «Українська мова та література», кваліфікація – «Учитель української мови та літератури» (диплом ЛБВС № 002815).	Кандидат філологічних наук, 2003. Спеціальність 10.01.08 «Журналістика». Тема дисертації – «Типологія мовних помилок та їх усунення під час редагування журналістських матеріалів» (диплом ДК № 020909). Доцент кафедри засобів масової комунікації (атестат 02 ДЦ № 014850 від 16.06.2015).	20 років	Автор понад 90 наукових і методичних праць	Стажування у Федеральній асоціації громадянських медіа (м. Людвігсхафен, Німеччина, липень – листопад 2019 р.).
<b>Коваль Світлана Валеріївна</b>	Старший викладач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій	Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2005 р. спеціальність – «Українська мова та література», кваліфікація – «Філолог, учитель української мови та літератури, журналіст» (диплом ЕР № 28050071).		8 років	Автор близько 20 наукових та методичних праць	Стажування у Федеральній асоціації громадянських медіа (м. Людвігсхафен, Німеччина, липень – листопад 2019 р.).

**1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**  
**«Реклама та PR у медіагалузі»**  
**зі спеціальності № 061 «Журналістика»**

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації</b>	Ступінь вищої освіти: бакалавр. Спеціальність: 061 «Журналістика». Освітня програма: «Реклама та PR у медіагалузі». Level of Education: Bachelor of Journalism. Specialty: 061 – Journalism. Educational Programme: «Advertising and PR in media».
<b>Мова(и) навчання й оцінювання</b>	Українська, Ukrainian.
<b>Обсяг освітньої програми</b>	240 кредитів ЄКТС, 4 роки навчання.
<b>Тип програми</b>	Освітньо-професійна програма.
<b>Повна назва закладу вищої освіти, а також структурного підрозділу, у якому відбувається навчання</b>	Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Навчально-науковий інститут української філології та соціальних комунікацій, кафедра журналістики, реклами та PR-технологій.
<b>Назва закладу вищої освіти, який бере участь у забезпеченні програми</b>	Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького.
<b>Офіційна назва освітньої програми, ступінь вищої освіти та назва кваліфікації ЗВО-партнера мовою оригіналу (заповнюють для програм подвійного та спільного дипломування)</b>	-
<b>Наявність акредитації</b>	Серія НД № 2490029, наказ МОН України від 27.04.2017 № 658. Термін дії сертифіката до 1 липня 2027 р.
<b>Цикл/рівень програми</b>	НРК України – 6 рівень. FQ-EHEA – перший цикл. EQF-LLL – 6 рівень.
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта: сертифікат Українського центру оцінювання якості освіти з конкурсних предметів.
<b>Форма навчання</b>	Денна, заочна.
<b>Термін дії освітньої програми</b>	10 років.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.cdu.edu.ua">www.cdu.edu.ua</a>
<b>2. Мета освітньої програми</b>	
<b>Мета програми (з урахуванням рівня кваліфікації)</b>	Фундаментальна підготовка фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти в галузі прикладних соціально-комунікаційних технологій, які володіють усебічними й глибокими знаннями щодо природи реклами, її носіїв, традиційних і новітніх, методології створення іміджевої продукції на підставі використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, найновіших

	електронних систем, мультимедійних засобів та інструментів, уміють самостійно провадити фахову діяльність.
<b>3. Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна сфера (галузь знань / спеціальність / спеціалізація програми)</b>	06 Журналістика/ 061 Журналістика / «Реклама та PR у медіагалузі». <i>Об'єкти вивчення та діяльності:</i> реклама та PR, медіааудиторія, традиційні та новітні платформи для розміщення реклами. <i>Теоретичний зміст предметної сфери:</i> поняття про рекламу, паблік рилейшенз, медіа як рекламоносії. Методи, методика та технології: створення ефективного рекламного продукту для розміщення на різних платформах, фахові стандарти для створення якісного рекламного продукту з урахуванням етичних та правових норм, що їх використовують у сфері прикладних соціально-комунікаційних технологій.
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна, прикладна.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Професійна освіта в галузі реклами та PR з фокусуванням на підготовці фахівця, який, розуміючи природу й закономірності соціальних комунікацій, функційні особливості та методологію створення рекламних медійних продуктів, спроможний ефективно використовувати свої знання й уміння для задоволення суспільних потреб у рекламній інформації.  Ключові слова: реклама, PR, медіа, прикладні соціально-комунікаційні технології, масова комунікація та інформація.
<b>Особливості програми</b>	Опанування студентом новітніх технологій виробництва та подання рекламного контенту з використанням найновіших електронних систем, мультимедійних засобів. Випускник має володіти основними методами, методиками й технологіями, засобами та знаряддями, що використовують у сфері реклами та PR, які необхідні для реалізації проектів.
<b>4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускники спеціальності «Реклама та PR у медіагалузі» можуть працювати у рекламних відділах засобів масової інформації (друкованих, аудіовізуальних, електронних, інтернет-виданнях), маркетингових та рекламних агентствах повного циклу, у відділах зв'язків із громадськістю державних, приватних громадських організацій тощо.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти.

<b>5. Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Форми викладання: лекції, інтерактивні лекції, мультимедійні лекції, семінарські, практичні та лабораторні заняття.</p> <p>Студентоцентричне навчання, проблемно-орієнтоване навчання.</p> <p>Навчання на основі самостійної підготовки з використанням підручників, конспектів, мультимедійних засобів, консультацій із викладачами.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Усні та письмові іспити, заліки, диференційовані заліки, захисти ознайомлювальної, виробничої, переддипломної практик, захист бакалаврських мінімумів, презентація власного фахового портфоліо, захист творчої кваліфікаційної роботи.</p>
<b>6. Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	<p><b>ІК.</b> Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і вирізняється невизначеністю умов.</p>
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p><b>ЗК-1.</b> Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК-2.</b> Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p><b>ЗК-3.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p><b>ЗК-4.</b> Здатність опановувати знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність.</p> <p><b>ЗК-5.</b> Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p><b>ЗК-6.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p><b>ЗК-7.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>ЗК-8.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК-9.</b> Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p><b>ЗК-10.</b> Здатність до провадження безпечної діяльності.</p> <p><b>ЗК-11.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК-12.</b> Здатність працювати в команді.</p> <p><b>ЗК-13.</b> Здатність до міжособистісної взаємодії.</p> <p><b>ЗК-14.</b> Здатність працювати автономно.</p> <p><b>ЗК-15.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p><b>ЗК-16.</b> Здатність цінувати та поважати різноманітність і мультикультурність.</p> <p><b>ЗК-17.</b> Здатність навчатися й оволодівати сучасними знаннями.</p>



<p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b></p>	<p><b>ФК-1.</b> Здатність застосовувати знання зі сфери реклами та ПР у своїй професійній діяльності.</p> <p><b>ФК-2.</b> Здатність формувати рекламний контент.</p> <p><b>ФК-3.</b> Здатність створювати медіапродукт.</p> <p><b>ФК-4.</b> Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.</p> <p><b>ФК-5.</b> Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p> <p><b>ФК-6.</b> Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.</p> <p><b>ФК-7.</b> Здатність застосовувати знання про суспільні проблеми, конфлікти, гібридні війни у своїй професійній діяльності.</p> <p><b>ФК-8.</b> Здатність формувати інформаційний контент у сфері економіки, права, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності.</p> <p><b>ФК-9.</b> Здатність створювати рекламний продукт у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури й мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.</p> <p><b>ФК-10.</b> Здатність провадити професійну медіадіяльність на крос-медійних платформах.</p>
<p><b>7. Програмні результати навчання</b></p>	
<p><b>Програмні результати навчання (ПРН)</b></p>	<p><b>ПРН-1.</b> Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p><b>ПРН-2.</b> Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення рекламного продукту чи для проведення рекламної акції.</p> <p><b>ПРН-3.</b> Оцінювати свій або чужий рекламний продукт, рекламну чи ПР-акцію, що організована й проведена самостійно чи разом із колегами.</p> <p><b>ПРН-4.</b> Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p><b>ПРН-5.</b> Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для виконання професійних завдань.</p> <p><b>ПРН-6.</b> Планувати свою діяльність та діяльність колективу з огляду на цілі, обмеження й передбачувані ризики.</p> <p><b>ПРН-7.</b> Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.</p> <p><b>ПРН-8.</b> Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, щодо яких бракує знань, і розкривати способи та джерела отримання таких знань.</p> <p><b>ПРН-9.</b> Оцінювати діяльність колег як носіїв прав та обов'язків представників громадянського суспільства.</p> <p><b>ПРН-10.</b> Оцінювати діяльність колег із погляду</p>

	<p>зберігання й примноження суспільних і культурних цінностей та досягнень.</p> <p><b>ПРН-11.</b> Вільно спілкуватися з професійних питань, зокрема в усній, письмовій та електронній комунікації, українською мовою.</p> <p><b>ПРН-12.</b> Вільно спілкуватися з професійних питань, зокрема в усній, письмовій та електронній комунікації, іноземною мовою.</p> <p><b>ПРН-13.</b> Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.</p> <p><b>ПРН-14.</b> Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p><b>ПРН-15.</b> Створювати якісний рекламний продукт на задану тему, жанр, з огляду на канал поширення чи платформу для оприлюднення.</p> <p><b>ПРН-16.</b> Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і на створення рекламного продукту, а також на його промоцію.</p> <p><b>ПРН-17.</b> Розміщувати оперативну інформацію про свій продукт на доступних медійних платформах.</p> <p><b>ПРН-18.</b> Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу та співпраці.</p> <p><b>ПРН-19.</b> Створювати текстові, аудіо, візуальні, аудіовізуальні, мультимедійні рекламні й іміджеві матеріали.</p> <p><b>ПРН-20.</b> Редагувати й публікувати текстові, аудіо, візуальні, аудіовізуальні, мультимедійні журналістські матеріали.</p> <p><b>ПРН-21.</b> Дотримуватися стандартів журналістської діяльності.</p> <p><b>ПРН-22.</b> Менеджерувати медіавиробництво з огляду на світові тенденції розвитку маркетингу та реклами, соціально-культурні, економічні, історичні чинники.</p> <p><b>ПРН-23.</b> Проводити професійну діяльність на підставі законів маркетингу, формувати та організовувати аудиторію медіа.</p> <p><b>ПРН-24.</b> Практикувати злагоджену комунікацію з різними людьми, з огляду на їхню різноманітність та мультикультурність.</p> <p><b>ПРН-25.</b> Усвідомлювати корпоративну соціальну відповідальність та дотримуватися засадничих положень рекламної етики, демонструвати громадянську свідомість.</p>
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Специфічні характеристики</b>	Для викладання окремих дисциплін передбачено

<b>кадрового забезпечення</b>	залучення фахівців-практиків зі сфери реклами та ПР, випускників, представників рекламних агентств.
<b>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</b>	<i>Інструменти та обладнання:</i> телевізійне та радіобладнання, комп'ютерна техніка, програмне забезпечення для оброблення зображень, відео, звуку та верстання.
<b>Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення</b>	У процесі викладання використовують навчальні та наукові праці із теорії і практики маркетингу, реклами та ПР, матеріали зі спеціалізованих порталів, ресурси із застосуванням хмарних сервісів, вебінари, презентації, мультимедійні засоби.
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	У межах звичайної національної кредитної мобільності.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На загальних умовах.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	За умови володіння державною мовою на рівні не нижче, ніж B1.

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ/НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХНЯ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

### 2.1. Перелік компонентів ОП

Код компонента	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти</b>			
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ОК-1	Вступ до фаху та до наукових медіа студій	4	іспит
ОК-2	Технічні засоби рекламного виробництва	4	залік
ОК-3	Українська мова в реклам та PR	12	іспит
ОК-4	Теорія масової комунікації та інформації	3	іспит
ОК-5	Практика рекламної та PR-діяльності	28	іспит
ОК-6	Професійна комунікація англійською мовою	18	залік
ОК-7	Прес-служби та інформагентства	3	іспит
ОК-8	Теорія реклами та PR	4	іспит
ОК-9	Теорія журналістики	4	іспит
ОК-10	Рекламний фотоконтент	3	залік
ОК-11	Жанри реклами	4	іспит
ОК-12	Історія реклами та PR	7	залік

Код компонента	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК-13	Економічні засади рекламних та PR-кампаній	3	іспит
ОК-14	Сторителінг у рекламі	3	залік
ОК-15	Редагування рекламної продукції	4	іспит
ОК-16	Цифрові медіа	4	залік
ОК-17	Креативні індустрії та креатив у рекламі	4	іспит
ОК-18	Основи ефективної рекламної комунікації	5	іспит
ОК-19	Іміджологія та політичні комунікації	3	залік
ОК-20	Етика в рекламі та PR	3	іспит
ОК-21	Верстання і дизайн рекламної продукції	3	іспит
ОК-22	Соціальна реклама	3	іспит
ОК-23	Маркетинг у соціальних медіа	3	залік
ОК-24	Стратегічний менеджмент рекламної діяльності	3	залік
ОК-25	Брендинг	3	іспит
ОК-26	Співрайтинг	3	залік
ОК-27	Корпоративні комунікації в рекламі та PR	3	іспит
ОК-28	Аналітика рекламного середовища	3	іспит
ОК-29	Організація громадських і PR-заходів	3	іспит
ОК-30	Електронна комерція	3	залік
ОК-31	Курсова робота	3	залік
ОК-32	Курсова робота	3	залік
ОК-33	Навчальна рекламна практика	3	залік
ОК-34	Навчальна журналістська практика	3	залік
ОК-35	Навчальна рекламна практика	3	залік
ОК-36	Виробнича рекламна практика	3	залік
ОК-37	Переддипломна журналістська практика	3	залік
ОК-38	Кваліфікаційна робота	3	залік
	Загальний обсяг обов'язкових компонентів:	180	
	<b>Вибіркові компоненти</b>		
	<b><i>Цикл загальної підготовки</i></b>		
ВК-1	Категорія фізичної підготовки і збереження здоров'я	6	залік
ВК-2	Категорія іноземних мов	6	залік
ВК-3	Категорія інформаційно-комунікаційних дисциплін	3	залік

Код компонента	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ВК-4	Категорія історії культури	3	залік
ВК-5	Категорія історичних дисциплін	3	залік
ВК-6	Категорія філософських дисциплін	3	залік
ВК-7	Міжгалузева навчальна дисципліна 01	3	залік
ВК-8	Міжгалузева навчальна дисципліна 02	3	залік
	Цикл професійної підготовки		
ВК-11	Копірайтинг / Рерайтинг	3	залік
ВК-12	Правові основи масової комунікації	3	залік
ВК-13	Управління медіапроектами / Ivent-практики	3	залік
ВК-14	Психологічні основи реклами та PR / Медіапсихологія	3	залік
ВК-13	Медіаграмотність і фактчекінг / Кризові комунікації	3	залік
ВК-15	Мова реклами	3	залік
ВК-16	Політична реклама та передвиборчі технології / Виставкова та ярмаркова діяльність	3	іспит
ВК-17	Графічні технології в рекламі / Digital-комунікації	3	залік
ВК-18	Взаємодія з аудиторією / Медіаметрія	3	залік
ВК-19	Соціологія масової комунікації / Соціологія реклами	3	залік
	Загальний обсяг вибірових компонентів:	60	
	<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>	<b>240</b>	

## **2.2. Структурно-логічна схема ОПШ**

### 3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми «Реклама та PR у медіагалузі» спеціальності 061 «Журналістика» проходить у формі комплексного іспиту з теорії і практики рекламної та PR-діяльності та у формі захисту творчого кваліфікаційного проекту із реклами й PR.

Указаний комплексний державний іспит передбачає відповіді студентів на три теоретичні питання та представлення власного фахового портфоліо, що містить добірку авторських рекламних матеріалів, які студент опублікував у медіа протягом чотирьох років навчання. Іспит має на меті перевірити рівень опанування низки загальних і фахових компетентностей, що охоплюють такі результати навчання: ПРН-1, ПРН-3, ПРН-8, ПРН-10, ПРН-11, ПРН-13, ПРН-19, ПРН-25.

Кваліфікаційна робота являє собою виготовлений творчий індивідуальний продукт професійного спрямування, що складається з двох частин. У першій частині студент має проаналізувати інформаційний ринок та обґрунтувати доцільність авторського творчого проекту. У другій частині потрібно описати технологію виготовлення авторського проекту з елементами науково-теоретичного опису, умотивувати жанр інформаційного продукту, композиційні особливості, умови впровадження та особливості налагодження інформаційно-комунікаційної взаємодії з аудиторією тощо. Рекомендаційний обсяг кваліфікаційних робіт – 22 – 25 сторінок друкованого тексту. Крім того, на захист студент готує усний виступ обсягом 2-3 сторінки друкованого тексту, а також візуалізує свій виступ за допомогою презентації.

Також на державному іспиті студенти мають представити власне фахове портфоліо, укладене на основі авторських матеріалів, які вони створювали впродовж чотирьох років навчання (при підготовці до пар, виконанні завдань самостійної роботи, заліково-екзаменаційних завдань, навчальної та переддипломної практики, кваліфікаційного проекту тощо), а також підготовлених поза університетом.

Фахове порт фоліо має бути у вигляді відео (хронометраж від 3 до 5 хвилин) або комп'ютерної презентації (не більше 20-ти прозірків із скринами та гіперпокликанням) чи лонгриду за такими основними пунктами: друкована рекламна чи іміджева продукція (каталоги, буклети, листівки, проспекти, брошури, закладки, календарі), сувеніри; рекламні іміджеві аудіо- та відеоматеріали, включаючи й різні види виголошених промов; матеріали комплексу заходів просування контенту в соціальних мережах: «Інстаграм», «Фейсбук» та інші, а також у застосунках «Viber», «WhatsApp», «Telegram» та інших; спонсорські матеріали, зразки соціальної та політичної реклами; звіти про проведені PR-заходи; приклади зовнішньої реклами, «директ мейл» поштове розсилання, реклама в/на транспорті; Product Placement (прихована реклама); заходи «Паблік рилейшнз» тощо).

Упродовж навчання за ОР «Бакалавр» студент виконує також 2 курсові роботи з рекламного фаху в IV та VI семестрах. Курсові роботи – науково-практичні дослідження, де в 1 розділі описано теоретичні засади вивчення однієї з актуальних проблем розвитку медійної галузі, у 2 розділі самостійно проаналізовано дібраний фактичний матеріалу. Рекомендаційний обсяг курсових робіт – 25 – 30 сторінок друкованого тексту. Курсові роботи студенти також захищають публічно, готуючи презентацію основних положень. Студент може опублікувати результати власних досліджень у збірниках наукових праць, готувати виступи для участі в різнорівневих наукових конференціях.

Захист курсових та кваліфікаційних робіт передбачає опанування студентом інтегральної компетентності, яка охоплює, зокрема, такі результати навчання: ПРН-2, ПРН-3, ПРН-4, ПРН-5, ПРН-13, ПРН-14, ПРН-15, ПРН-16, ПРН-17, ПРН-19, ПРН-21, ПРН-23, ПРН-24, ПРН-25.



#### 4. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	
ПРН 1	+		+	+		+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
ПРН 2			+				+	+	+	+		+	+	+		+			+		+		+	+			+		+	+	+	
ПРН 3						+								+						+												
ПРН 4	+			+		+		+	+		+		+	+		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	
ПРН 5	+	+	+			+	+	+		+	+	+	+					+	+					+		+		+		+		
ПРН 6			+		+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+		+		+	+	+	+		+	+		+	+	+	
ПРН 7					+			+	+	+		+	+	+	+	+	+		+			+	+		+	+	+					
ПРН 8			+	+	+	+			+		+			+				+		+									+			
ПРН 9	+	+	+		+	+										+	+			+	+				+	+						
ПРН 10		+		+						+		+	+			+	+		+	+	+	+			+		+	+				
ПРН 11			+	+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+					
ПРН 12		+			+		+		+		+		+			+	+		+	+		+	+		+		+		+		+	
ПРН 13	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		+	+		+				+		+		+			
ПРН 14					+														+								+					
ПРН 15	+		+	+	+				+				+			+		+		+					+	+		+	+			
ПРН 16	+			+		+	+	+							+				+					+	+	+	+					
ПРН 17				+	+		+				+		+	+		+							+					+		+	+	+
ПРН 18									+					+	+			+				+		+					+	+	+	
ПРН 19			+		+			+	+	+	+	+		+		+			+			+	+	+		+	+		+	+	+	
ПРН 20								+	+	+	+	+	+	+		+			+			+		+		+	+		+	+	+	
ПРН 21									+	+	+	+	+						+			+	+		+		+		+	+	+	
ПРН 22					+					+	+	+	+	+					+			+		+	+	+	+		+			
ПРН 23				+					+				+			+	+							+	+	+	+					
ПРН 24			+	+											+	+		+						+								
ПРН 25				+	+				+	+			+			+	+		+				+		+	+	+	+		+	+	+
ПРН 26			+	+					+	+	+	+	+		+	+	+	+	+				+		+		+	+	+	+	+	

## 5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	
ЗК1	+		+	+		+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
ЗК2			+				+	+	+	+		+	+	+		+			+		+		+	+				+		+	+	+
ЗК3						+								+						+												
ЗК4	+			+		+		+	+		+		+	+		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	
ЗК5	+	+	+			+	+	+		+	+	+	+					+	+					+		+		+		+		
ЗК6			+		+	+		+	+	+	+	+		+	+	+		+			+	+	+	+		+	+		+	+	+	
ЗК7					+			+	+	+		+	+	+	+	+	+		+			+	+		+	+	+		+	+	+	
ЗК8			+	+	+	+			+		+			+				+		+		+							+			
ЗК9	+	+	+		+	+										+	+			+	+					+	+					
ЗК10		+		+						+		+	+			+	+		+	+	+	+			+		+	+	+			
ЗК11			+	+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+					
ЗК12		+			+		+		+		+		+			+	+		+	+		+	+		+		+		+		+	+
ЗК13	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		+	+		+				+		+		+			
ЗК14					+														+								+					
ЗК15	+		+	+	+				+				+			+		+		+				+	+		+	+		+	+	
ЗК16	+			+		+	+	+							+				+					+	+	+	+					
ЗК17				+	+		+				+		+	+		+						+						+		+	+	+
ФК 1									+					+	+			+			+		+						+	+	+	
ФК 2			+		+			+	+	+	+	+		+		+			+			+	+	+		+	+		+	+	+	
ФК 3								+	+	+	+	+	+	+		+			+			+		+		+	+		+	+	+	
ФК 4									+	+	+	+	+						+			+	+		+		+		+	+	+	
ФК 5					+					+	+	+	+	+					+			+		+	+	+	+		+			
ФК 6				+					+				+			+	+							+	+	+	+					
ФК 7			+	+											+	+		+						+								
ФК 8				+	+				+	+			+			+	+		+					+		+	+	+		+	+	+
ФК 9			+	+					+	+	+	+	+		+	+	+	+	+					+		+		+	+	+	+	+
ФК 10				+		+			+	+		+		+	+	+		+	+			+	+	+	+				+	+		

