

 <p>ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені Богдана Хмельницького</p>	ПРОГРАМА «ВИРОБНИЧА ФАХОВА ПРАКТИКА»			
Галузь знань	«Журналістика»			
Спеціальність	061 «Журналістика»			
Освітня програма	«Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації»			
Ступінь вищої освіти	Магістр			
Форма навчання	Денна, заочна			
Курс	1 курс			
Семестр	2			
Обсяг дисципліни	Кредити	6	години	180
Семестровий контроль	Залік			
Викладач	Керівники виробничої фахової практики			
Контактна інформація	zhrprt@vu.cdu.edu.ua			
Перелік нормативних документів, які необхідно оформити для проведення практики (клопотання, договір тощо), порядок їх оформлення та подання	<p>Наказ по університету про проведення практики, договори про проходження практики. ЗВО укладають договори з базами практики, де зазначено права та обов'язки сторін, умови проходження практики, а також вимоги до звітності й оцінювання результатів.</p>			
Мета та завдання практики	<p>Метою виробничої фахової практики є закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих студентами під час навчання, через їх практичне застосування в реальних умовах медійного, рекламного та PR-середовища, а також розвиток професійних навичок і компетентностей, необхідних для успішної роботи в галузі цифрових комунікацій.</p> <p>Завдання виробничої фахової практики передбачають:</p> <ul style="list-style-type: none"> – застосування отриманих теоретичних знань у практичних ситуаціях; 			

	<ul style="list-style-type: none"> – аналіз реальних медійних, рекламних та PR-кейсів; – удосконалення навичок створення контенту для цифрових медіа (текст, фото, відео та аудіоматеріали); – застосування методів й інструментів digital-маркетингу та просування контенту; – робота з різними цифровими платформами та інструментами для створення і поширення контенту; – розроблення та реалізація PR-стратегії і кампанії; – застосування методів взаємодії з аудиторією через соціальні мережі та інші цифрові канали для формування позитивного іміджу організацій; – аналіз зворотного зв'язку з аудиторією для покращення контенту та комунікаційних стратегій; – дотримання етичних норм і стандартів у журналістиці, рекламі та PR; – розуміння правових аспектів роботи в цифровому середовищі, зокрема авторського права та захисту персональних даних; – розвиток навичок роботи в команді й ефективна комунікації з колегами, клієнтами та партнерами; – робота в умовах реального робочого процесу та розв'язання конфліктних ситуацій.
<p>Загальні та професійні компетентності, які формуються під час практики</p>	<p>ІК. Здатність розв'язувати завдання дослідницького та/або інноваційного характеру в галузі журналістики.</p> <p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.</p> <p>ЗК04. Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК06. Здатність ухвалювати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК07. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання завдань інноваційного характеру у сфері журналістики з пріоритетом цифрових медіа.</p>

	<p>СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.</p> <p>СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно транслювати власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.</p> <p>СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні завдання журналістики в широких і мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.</p> <p>СК08. Здатність вибудовувати індивідуальну освітню траєкторію впродовж життя, з огляду на динамічний поступ цифрового медійного простору, неперервний розвиток мультимедійних технологій.</p>
<p>Результати навчання за цим видом практики</p>	<p>ПРН-1. Ухвалювати ефективні рішення з проблем журналістики, зокрема в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.</p> <p>ПРН-3. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів із різних джерел, зокрема наукову та професійну літературу, бази даних, перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.</p> <p>ПРН-6. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати і використовувати інформацію для проведення наукових досліджень і практичної діяльності.</p> <p>ПРН-8. Використовувати передові знання й методики в процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.</p> <p>ПРН-12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.</p>
<p>Місце проведення практики (перелік типів закладів)</p>	<p>Місцем проведення практики можуть бути медійні, рекламні й PR-агентства, відділи комунікацій та зв'язків із громадськістю компаній, редакції цифрових видань, телевізійні та радіокомпанії, інші організації, що провадять медіа- та комунікаційну діяльність, редакційно-видавничі відділи установ різної форми власності чи органів державної влади й місцевого самоуправління, а також структурні</p>

	<p>підрозділи ЧНУ ім. Б. Хмельницького (сайт кафедри, телевізійна студія, радіостудія, Навчально-виробнича лабораторія «Пресслужба ННІ УФСК»), які відповідають вимогам виконання програми практики.</p> <p>Здобувачі вищої освіти мають право самостійно пропонувати місце проходження практики. Студент повинен подати на розгляд кафедри заяву на проходження практики та договір із базового закладу, де адміністрація бази практики гарантуватиме створення необхідних умов для виконання студентом програми практики.</p>
<p>Зміст практики: детальний та послідовний перелік видів роботи студента на практиці</p>	<p>Завдання до виробничої фахової практики відповідно до баз проходження</p> <p>Онлайніві медіа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Із використанням таких джерел інформації, як органи державної влади, експерти, офіційні документи, написати новинне повідомлення для онлайнного видання / соцмереж (на вибір) на актуальну та суспільно важливу тематику (ПРН-3, ПРН-6). 2. Знайти інновацію для журналістського твору, підготувати інтерв'ю на суспільно важливу тему для онлайнного видання (ПРН-12). 3. Створити лонгрид на суспільно важливу та актуальну тему (ПРН-3, ПРН-12). 4. Створити фоторепортаж для онлайнного медіа (ПРН-3). 5. Розробити 5 видів мерчевої продукції для бази практики (ПРН-1, ПРН-12). <p>Лінійні аудіовізуальні медіасервіси (телевізійне мовлення) та лінійні аудіомедіасервіси (радіомовлення)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виготовити статичну й динамічну інфографіку, відповідно до тематичного спрямування бази практики (ПРН-3, ПРН-8). 2. Створити кешпн-відео про актуальну та суспільно значущу подію (ПРН-3, ПРН-12). 3. Виготовити один аудіоподкаст (3-5 хв) (ПРН-1, ПРН-3). 4. Зробити для бази практики відеоінтерв'ю на суспільно важливу тему (ПРН-6). 5. Виготовити 5 зразків сувенірної продукції для своєї бази практики (ПРН-1; ПРН-12).

Рекламні та PR-агенції

1. Створити в креативній формі гайд (чек-лист) бренд-стратегії організації, де проходить практика (ПРН-1; ПРН-12).
2. Проаналізувати імідж організації (фірми / установи), що є базою практики, та подати результати в креативній формі: презентації на онлайн-платформі, лонгрид, скрайб-презентації, відеоскрайбінг тощо (ПРН-3, ПРН-6; ПРН-8).
3. Розмістити кілька зразків авторського контенту для бази практики в соціальних мережах «Фейсбук» або «Інстаграм» (на власній сторінці чи на офіційній сторінці установи, де проходить практика). Проаналізувати поведінку аудиторії, презентувати статистику (ПРН-3).
4. Виконати 3-5 завдань, запропонованих на базі проходження практики, з огляду на специфіку роботи організації, компанії, установи та ін. (ПРН-3, ПРН-8).
5. Розробити 5 видів сувенірної продукції для бази практики (ПРН-12).

Видавництва

1. Підготувати моніторинг медіа (аналіз публікацій у медіа про діяльність видавництва) (ПРН-3, ПРН-6).
2. Підготувати й розмістити 3 зразки авторського контенту (текст і візуал до нього) для публікації в соціальних мережах видавництва (ПРН-1, ПРН-3).
3. Створити один на вибір презентаційно-інформаційний матеріал (оголошення про презентацію книги, про вихід нової книги у видавництві та ін.) (ПРН-3, ПРН-8, ПРН-12).
4. Створити книжковий блог для розміщення в соціальних мережах видавництва (один на вибір): буктуб, букстаграм чи букток (ПРН-3, ПРН-6, ПРН-12).
5. Розробити макети 5-ти видів сувенірної продукції для бази практики (ПРН-12).

Пресслужби

1. Написати новинне повідомлення для корпоративного сайту організації (ПРН-3, ПРН-6).
2. Підготувати й розмістити 3 зразки авторського контенту (текст і візуал до нього) для публікації в соціальних мережах організації, яка є базою практики (ПРН-1, ПРН-3).

	<p>3. Створити буклет про організацію, яка є базою практики (ПРН-3, ПРН-6).</p> <p>4. Створити презентацію про діяльність організації, яка є базою практики (7-10 слайдів у програмах Canva, Prezi) (ПРН-3, ПРН-6, ПРН-8).</p> <p>5. Розробити 5 видів сувенірної продукції для своєї бази практики (ПРН-12).</p>
<p>Види індивідуальних завдань (для студентів, які навчаються за індивідуальним планом, або з поважних причин не можуть виконувати основну програму практики, або навчаються дистанційно)</p>	<p>Практика може бути проведена дистанційно чи безпосередньо на території підприємства, організації або установи за заявою повнолітнього здобувача за умови, якщо база практики розташована максимально наближено до місця його проживання.</p>
<p>Вимоги до звіту про проходження практики: оптимальний перелік документів, які мають бути створені студентом унаслідок практичної роботи (за потреби доповнити зразками оформлення)</p>	<p>Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти мають тиждень для оформлення звітної документації про виконання практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – характеристика на фірмовому бланку (із печаткою) і підписом посадової особи бази практики; – завантажені на гугл-диск кафедри матеріали практики; – письмовий звіт про проходження виробничої фахової практики, оформлений у довільній текстовій формі (формат Word), відповідно до завдань практики з титулкою; – титульний аркуш звіту практики, оформлений за зразком, поданим у Додатку А. <p>Публічний усний звіт про проходження практики з мультимедійною презентацією відбувається перед комісією на підсумковій конференції з виробничої фахової практики.</p>
<p>Форма контролю</p>	<p>Форма контролю – залік. Залік виставляють на основі отримання достатньої кількості балів за 100-бальною шкалою університету («зараховано» або «незараховано») і шкалою оцінок ЄКТС.</p> <p>Якщо в підсумку студент отримав за рейтинговим показником оцінку «FX», то він допущений до повторного складання різних видів контролю з дисципліни. У разі отримання студентом за рейтинговим показником оцінки «F» він повинен пройти повторний курс вивчення цієї дисципліни</p>

протягом наступного семестру за графіком, затвердженим дирекцією.

Шкала оцінювання знань студента за національною шкалою оцінок ECTS.

Рейтинговий Показник	Оцінка у національній шкалі		Оцінка ECTS
90 – 100	Зараховано	5 (відмінно)	A (відмінно)
82 – 89		4 (добре)	B (добре)
75 – 81			C (добре)
68 – 74		3 (задовільно)	D (задовільно)
60 – 67			E (задовільно)
35 – 59	Не зараховано	2 (незадовільно)	FX (незадовільно) з можливістю повторного складання
1 – 34	Не зараховано	-	F (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням

Критерії оцінювання за видами роботи (компоненти оцінювання)

Розподіл балів за видами роботи на практиці та критерії їх оцінювання

Підсумкова оцінка за виробничу фахову практику: 60 балів – за поточну діяльність на базі практики та якісне виконання завдань; 20 балів – за позитивну характеристику керівника від бази практики/оцінювання керівника від бази практики; 10 балів – належне і вчасне оформлення звітної документації (наявна характеристика на фірмовому бланку (з печаткою) і підписом посадової особи бази практики; завантажені на гугл-диск кафедри матеріали практики, письмовий звіт про проходження виробничої фахової практики, оформлений у довільній текстовій формі (формат Word) відповідно до завдань практики з титулкою, титульний аркуш звіту практики, оформлений за зразком, поданим у Додатку А); 10 балів – публічний усний звіт про проходження практики з мультимедійною презентацією.

Критерії оцінювання завдань практики, відповідно до бази практики

Максимальна кількість балів за виконані завдання практики – 60 балів.

Онлайніві медіа

1. Із використанням таких джерел інформації, як органи державної влади, експерти, офіційні документи, написати новинне повідомлення для онлайнового видання/соцмереж (на вибір) на актуальну та суспільно важливу тематику (ПРН-3, ПРН-6). – 10 балів.

Достовірність джерел інформації (державні органи, експерти, офіційні документи) – 4 бали;

Актуальність та суспільна значущість теми – 3 бали;

Структура та грамотність тексту – 3 бали.

2. Знайти інновацію для журналістського твору, підготувати інтерв'ю на суспільно важливу тему для онлайнного видання (ПРН-12). – 10 балів.

Вибір інноваційного підходу для матеріалу – 4 бали;

Зміст інтерв'ю (актуальність, якість запитань) – 4 бали;

Якість підготовки та форматування тексту – 2 бали.

3. Створити лонгрид на суспільно важливу та актуальну тему (ПРН-3, ПРН-12). – 15 балів.

Глибина дослідження теми – 6 балів;

Інноваційність у подачі матеріалу (інтерактивність, мультимедійні елементи) – 5 балів;

Чітка структура, аргументи, мова викладу – 4 бали.

4. Створити фоторепортаж для онлайнного медіа (ПРН-3). – 10 балів.

Якість та різноманітність фотографій – 4 бали;

Релевантність до суспільно важливої теми – 3 бали;

Візуальна подача та опис фотографій – 3 бали.

5. Розробити 5 видів мерчевої продукції для своєї бази практики (ПРН-1, ПРН-12). – 15 балів.

Оригінальність дизайну – 5 балів;

Відповідність цільовій аудиторії – 5 балів;

Якість та варіативність продукції – 5 балів.

Усього 60 балів

**Лінійні аудіовізуальні медіасервіси
(телевізійне мовлення) та лінійні
аудіомедіасервіси (радіомовлення)**

1. Виготовити статичну та динамічну інфографіку відповідно до тематичного спрямування бази практики (ПРН-3, ПРН-8). – 5 балів

Статична інфографіка – 5 балів:

Відповідність тематиці – 1 бал;

Логічна структура – 1 бал;

Якість візуального оформлення – 1 бал;

Використання веб-інструментів – 1 бал;

Креативність виконання – 1 бал.

Динамічна інфографіка – 5 балів:

Відповідність тематиці – 1 бал;

Логічна структура – 1 бал;

Якість візуального оформлення – 1 бал;

Наявність анімованих графіків та ефектів – 1 бал.

2. Створити кешпін-відео про актуальну та суспільно значущу подію (ПРН-3, ПРН-12). – 10 балів

Якість контенту – 5 балів:

Відповідність темі і суспільній значущості події – 2 бали;

Чіткість передачі інформації у кешпинах – 2 бали;

Креативність формату – 1 бал.

Технічна якість – 5 балів:

Якість відеомонтажу – 2 бали;

Якість звуку і візуальної картинки – 2 бали;

Злагожденість технічних елементів (субтитри, ефекти) – 1 бал.

3. Виготовити один аудіоподкаст (3-5 хв) (ПРН-1, ПРН-3) – 10 балів.

Якість контенту- 5 балів:

Актуальність теми і її суспільна значущість – 2 бали;

Логічна структура – 2 бали;

Креативність – 1 бал.

Технічна якість – 5 балів:

Якість звуку – 2 бали;

Монтаж і технічна грамотність – 2 бали;

Відповідність хронометражу – 1 бал.

4. Зробити для бази практики відеоінтерв'ю на суспільно важливу тему (ПРН-6) – 10 балів.

Якість контенту – 5 балів:

Актуальність теми і її суспільна значущість – 2 бали;

Логічна побудова запитань – 2 бали;

Глибина обговорення – 1 бал.

Технічна якість – 5 балів:

Якість звуку – 2 бали;

Якість зображення – 2 бали;

Монтаж та оформлення – 1 бал.

5. Виготовити 5 зразків сувенірної продукції (на вибір студентів) для бази практики (ПРН-1; ПРН-12). – 20 балів.

За кожен зразок сувенірної продукції – 4 бали;
За креативність та оригінальність ідеї. – 2 бали;
Якість виконання (дизайн, матеріали, деталі) – 2 бали.

Усього 60 балів

Рекламні та PR-агенції

1. Створити в креативній формі гайд (чек-лист) бренд-стратегії організації, у якій ви проходите практику (ПРН-1; ПРН-12) – 10 балів.

Якість контенту – 5 балів:

Чіткість та структурованість стратегії – 2 бали;
Відповідність цілям організації – 2 бали;
Оригінальність та інноваційність підходу – 1 бал.

Креативна форма подання – 5 балів:

Єдиний візуальний стиль – 2 бали;
Зручність використання чек-листа – 2 бали;
Креативність презентації – 1 бал.
(інтерактивні елементи, оформлення).

2. Проаналізувати імідж організації (фірми / установи), що є базою практики, та подати результати в креативній формі: презентації на онлайн-платформі, лонгриду, скрайб-презентації, відеоскрайбінгу тощо (ПРН-3, ПРН-6; ПРН-8). – 10 балів.

Якість аналізу – 5 балів:

Глибина дослідження іміджу (сильні та слабкі сторони) – 2 бали;

Аналіз зовнішнього та внутрішнього сприйняття організації – 2 бали;

Висновки та рекомендації – 1 бал.

Креативна форма подання – 5 балів:

Вибір оптимальної форми подання (лонгрід, скрайб-презентація, відеоскрайбінг тощо) – 2 бали;

Візуальне оформлення та якість технічного виконання. – 2 бали;

Креативність та інноваційність у поданні матеріалу (інтерактивні елементи, оформлення) – 1 бал.

3. Розмістіть кілька зразків авторського контенту для бази практики в соціальних мережах «Фейсбук» або «Інстаграм» (на власній сторінці чи на офіційній сторінці установи, де Ви

проходите практику). Проаналізуйте поведінку аудиторії, презентувавши статистику (ПРН-3). – 10 балів.

Створення контенту – 5 балів:

Відповідність контенту цілям організації – 2 бали;

Креативність та привабливість контенту – 2 бали;

Оформлення публікацій у соцмережах – 1 бал.

Аналіз поведінки аудиторії – 5 балів:

Збирання і подання статистики (взаємодія, охоплення) – 2 бали;

Аналіз отриманих результатів (реакція аудиторії, залученість) – 2 бали;

Підсумкові висновки щодо ефективності контенту – 1 бали.

4. Виконайте 3-5 завдань, запропонованих Вам на базі проходження практики, з огляду на специфіку роботи організації, компанії, установи та ін. (ПРН-3, (ПРН-8). – 10 балів.

За виконання завдань (оцінка за всі завдання в сукупності):

Відповідність виконання завдань специфіці організації – 4 бали;

Якість виконання завдань (відповідність вимогам, терміни) – 4 бали;

Самостійність, ініціативність та креативність підходу. – 3 бали.

5. Виготовити 5 зразків сувенірної продукції (на вибір студентів) для бази практики (ПРН-1; ПРН-12). – 20 балів.

За кожен зразок сувенірної продукції – 4 бали:

За креативність та оригінальність ідеї. – 2 бали;

Якість виконання (дизайн, матеріали, деталі) – 2 бали. **Усього 60 балів**

Видавництва

1. Підготувати моніторинг медіа (аналіз публікацій у медіа про діяльність видавництва) (ПРН-3, ПРН-6). – 10 балів.

Якість аналізу – 5 балів:

Глибина аналізу публікацій (кількість, охоплення, тематика) – 2 бали;

Структурованість і чіткість викладення інформації – 2 бали;

Висновки та рекомендації щодо покращення іміджу видавництва. – 1 бал.

Подання результатів – 5 балів

Оформлення (таблиці, графіки, діаграми тощо) – 2 бали;

Відповідність формату (зрозумілість для аудиторії, вибір платформи) – 2 бали;

Креативність у презентації даних – 1 бал.

2. Підготувати й розмістити 3 зразки авторського контенту (текст і візуал до нього) для публікації в соціальних мережах видавництва (ПРН-1, ПРН-3) – 10 балів.

Створення контенту – 5 балів:

За відповідність тематиці та стратегії соцмереж видавництва – 2 бали;

За креативність та привабливість тексту та візуалу – 2 бали;

Інтеграція контенту з брендом видавництва – 1 бал.

За розміщення та аналіз ефективності – 5 балів:

Технічна грамотність – 2 бали;

За взаємодію аудиторії з публікаціями (лайки, коментарі, охоплення) – 2 бали;

Аналіз та висновки щодо результативності контенту – 1 бал.

3. Створити один на вибір презентаційно-інформаційний матеріал (оголошення про презентацію книги, про вихід нової книги у видавництві та ін.) (ПРН-3, ПРН-8, ПРН-12). – 10 балів:

Зміст матеріалу – 5 балів:

Інформативність (оголошення або інформація про книгу) – 2 бали;

За чіткість та логічність подання – 2 бали;

За відповідність стилю видавництва та формату – 1 бал.

Візуальне оформлення – 5 балів:

Гармонійне поєднання тексту та візуалу – 2 бали;

Креативність у створенні елементів дизайну – 2 бали;

Відповідність обраній платформі (друковані оголошення, соцмережі тощо) – 1 бал.

4. Створити книжковий блог для розміщення в соціальних мережах видавництва (один на вибір): буктуб, букстаграм чи букток (ПРН-3, ПРН-6, ПРН-12). – 10 балів

Контент блогу – 5 балів:

Інформативність та цікавість обраної теми – 2 бали.

Структурованість викладу та логічність – 2 бали;

Стиль і відповідність формату блогу (буктуб, букстаграм або букток) – 1 бал.

Технічне виконання – 5 балів:

Якість відео або зображень (для букстаграм/букток) – 2 бали;

Інтерактивність та залучення аудиторії – 2 бали;

За креативність та оригінальність формату – 1 бал.

5. Виготовити 5 зразків сувенірної продукції (на вибір студентів) для бази практики (ПРН-1; ПРН-12). –20 балів.

За кожен зразок сувенірної продукції – 4 бали:

За креативність та оригінальність ідеї. – 2 бали;

Якість виконання (дизайн, матеріали, деталі) – 2 бали. **Усього 60 балів.**

Пресслужби

1. Написати новинне повідомлення для корпоративного сайту організації (ПРН-3, ПРН-6) – 10 балів.

За зміст – 5 балів:

Інформативність та актуальність новини – 2 бали;

Чіткість і структурованість викладу – 2 бали;

Відповідність корпоративному стилю – 1 бал.

Технічне оформлення – 4 бали:

За відсутність граматичних і стилістичних помилок – 2 бали;

Оригінальність заголовка – 1 бал;

Візуальне оформлення (добір зображень, форматування тексту) – 2 бали.

2. Підготувати й розмістити 3 зразки авторського контенту (текст і візуал до нього) для публікації в соціальних мережах організації, яка є базою практики (ПРН-1, ПРН-3) – 10 балів.

Контент – 5 балів:

Відповідність тематиці організації та стратегічним цілям – 2 бали;

Якість тексту (стиль, креативність, інформативність) – 2 бали;

Інтеграція бренду та відповідність формату соціальних мереж – 1 бал.

Розміщення та аналіз – 5 балів:

Технічне оформлення публікацій (візуал, хештеги, теги) – 3 бали;

Залученість аудиторії (лайки, коментарі, взаємодія) – 3 бали.

3. Створити буклет про організацію, яка є базою практики (ПРН-3, ПРН-6) – 10 балів.

Контент – 5 балів:

Чітке та інформативне подання про діяльність організації – 2 бали;

Якість тексту (стиль, креативність, інформативність) – 2 бали;

Логічність структури (розділи, заголовки) – 1 бал.

Відповідність брендовій айдентиці організації 1 бал.

Дизайн – 5 балів:

Якість візуального оформлення (макет, гармонія тексту і зображень) – 3 бали;

Креативність та привабливість дизайн – 2 бали.

4. Створити презентацію про діяльність організації, яка є базою практики (7-10 слайдів у програмах Canva, Prezi) (ПРН-3, ПРН-6, ПРН-8.) – 10 балів.

Контент – 5 балів:

Відповідність тематиці та розкриття ключових аспектів діяльності – 2 бал;

Інформаційна насиченість слайдів – 1 бал;

Чітка та логічна структура (інформаційна насиченість слайдів) – 1 бал;

Відповідність презентації аудиторії та меті. – 1 бал;

Дизайн – 5 балів:

Якість візуального оформлення (макет, гармонія тексту й зображень) – 2 бали;

Використання сучасних інструментів (Canva, Prezi) – 2 бали;

Креативність та привабливість дизайн – 1 бали.

5. Виготовити 5 зразків сувенірної продукції (на вибір студентів) для бази практики (ПРН-1; ПРН-12). – 20 балів.

За кожен зразок сувенірної продукції – 4 бали;

За креативність та оригінальність ідеї. – 2 бали;

	Якість виконання (дизайн, матеріали, деталі) – 2 бали.
Форми підбиття підсумків практики	<p>Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти мають тиждень на оформлення звітної документації про виконання практики.</p> <p>Публічний усний звіт про проходження практики з мультимедійною презентацією відбувається перед комісією на підсумковій конференції з виробничої фахової практики. Місце, час і форма проведення підсумкової конференції визначає кафедра і доводить до відома студентів та завідувача практики університету.</p> <p>Підсумкову оцінку з урахуванням публічного захисту звіту з проходження виробничої фахової практики виставляє керівник фахової кафедри в екзаменаційно-залікову е-відомість. Здобувачам вищої освіти, які не виконали програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики за індивідуальним графіком.</p> <p>Студентам, які не виконали програму практики з неповажних причин, надано право повторного проходження за додаткові кошти, прораховані планово-фінансовим відділом університету. Повторне проходження практики регульоване «Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін у ЧНУ імені Богдана Хмельницького».</p> <p>Студентів, які отримали незадовільну оцінку з практики і не ліквідували академічну заборгованість у зазначений термін, відраховують з університету. Підсумки практики обговорюють на засіданні кафедри.</p>
Методичні рекомендації (з огляду на особливості спеціальності / освітньої програми)	<p>Під час проходження практики студенти зобов'язані:</p> <ul style="list-style-type: none"> – брати участь у настановчій та підсумковій конференціях із питань організації практики; – до початку практики одержати завдання; своєчасно прибути на базу практики; – виконати всі види робіт, передбачені програмою практики; суворо дотримуватись правил внутрішнього розпорядку, охорони праці та безпеки життєдіяльності, виробничої санітарії та розпоряджень керівництва бази практики;

	<p>– вчасно оформляти документацію та подавати її на вимогу керівника; подати звітну документацію протягом тижня після завершення практики. Здобувачі вищої освіти заочної форми навчання подають звітну документацію у 3-денний термін на початку наступної сесії.</p>
<p>Інформаційні ресурси для підготовки до проходження практики</p>	<p style="text-align: center;">Нормативні документи</p> <p>1. Освітньо-професійна програма «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації» («Digital Media, Advertising and PR-Communications»). Другого рівня вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика». URL.: https://journalist.ck.ua/opp-tsyfrovi-media.</p> <p>2. Положення про курсові й кваліфікаційні роботи у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2024. 22 с. URL: http://surl.li/sdpkhu.</p> <p>3. Положення про організацію освітнього процесу у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького URL: http://surl.li/xuloum.</p> <p>4. Положення про порядок перевірки кваліфікаційних робіт, наукових текстів на наявність текстових збігів URL.: http://surl.li/lwsluc.</p> <p>5. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти URL.: http://surl.li/crkrjm.</p> <p>6. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти. URL.: http://surl.li/phriod.</p> <p>7. Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України. URL.: http://surl.li/geqfqi.</p> <p>8. Стандарт вищої освіти: рівень вищої освіти – другий (магістерський), ступінь вищої освіти – магістр, галузь знань 06 “Журналістика”, спеціальність 061 “Журналістика”. Видання офіційне. Київ, 2022. 15 с.</p> <p style="text-align: center;">Література</p> <p>1. Бондаренко Т. Г., Ковтун Н. О., Погрібна О. О. Методи роботи з інформацією: науковий і медійний виміри: конспект лекцій. Черкаси: Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2024.</p>

2. Бондаренко Т. Г., Погрібна О. О., Коваль С. В. Методичні рекомендації до написання студентських наукових робіт для здобувачів освітнього ступеня «магістр» ОП «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації». Черкаси: Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2024.

3. Бондаренко Т. Г., Ковтун Н. О., Надточій О. Л., Федоренко О. Д., Цапок О. М. Виробнича фахова та науково-дослідницька практика: методичні рекомендації для здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 061 «Журналістика» денної та заочної форм навчання освітньо-професійної програми «Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації» (методичні рекомендації). Черкаси, 2024.

4. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка (випуск присвячено методології журналістикознавчих досліджень). 2013. Випуск 20. 58 с.

5. Давидченко Т. Тип, типологія та класифікація у соціальних комунікаціях. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. Випуск 21. С. 21–23. URL: <http://surl.li/bxscjl>.

6. Методологія наукових досліджень у схемах, таблицях, прикладах: навч. посіб. / М-во освіти і науки України, Ун-т банківської справи НБУ. Київ: УБС НБУ, 2014. 224 с.

7. Михайлин І. Л. Науково-дослідна робота студента з журналістики: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». 2-е вид., випр. і допов. Харків: Харківське історико-філологічне товариство, 2010. 92 с.

8. Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнктів / за ред. А. Є. Конверського. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.

9. Основи наукових досліджень / укл.: М. В. Кудла, В. О. Коблик. Умань: Видавець М. М. Сочінський, 2021. 185 с.

10. Основи наукових досліджень: науково-допоміжний бібліографічний покажчик / Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Наукова бібліотека; укладачі: І. О. Железняк, В. В. Косенко; редактор В. В. Косенко; передмова В. В. Косенко. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. 284 с

	<p>11. Пономаренко Л. Г. Формулювання основних елементів наукових досліджень із соціальних комунікацій. <i>Медіапростір: проблеми і виклики сьогодення: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих учених</i> (Київ, 25 квітня 2018 р.). Київ : Інститут журналістики, 2028. 379 с.</p> <p>12. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: навч. посіб. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Преса України, 2008. 144 с.</p> <p>13. Різун В., Скотникова Т. Методи соціальнокомунікаційних досліджень. <i>Наукові записки Інституту журналістики</i>. 2013. Том 52 (липень-вересень). С. 49-53.</p> <p>14. Соломаха С.О. Зміст і методичні засади організації фахових практик магістрантів у закладах вищої педагогічної освіти: методичні рекомендації. Київ, 2021. 127 с.</p> <p>15. Студентська науково-дослідницька робота (нормативно-методичні рекомендації) / Упорядник: М. П. Присяжний. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2010. 59 с.</p> <p>16. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій: підручник. Львів: ПАІС, 2014. 280 с.</p> <p>17. Шафаренко Ю. М. До питання методології проведення досліджень у паблік рилейшнз. <i>Інформаційне суспільство</i>. Випуск 19. 2014. (січень-червень). С. 64-67.</p> <p>18. Шевченко В. Методологія проведення медіадосліджень: Конспект лекцій для студентів ОПІ «Цифрові медіа» з дисципліни Візуалізація даних у наукових і журналістських дослідженнях. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 54 с.</p> <p>19. Яковлев А. І. Методи оцінки маркетингово-рекламної діяльності. <i>Вісник Житомирського державного технологічного університету</i>. 2016. № 3 (77). С. 102–107.</p>
<p>Програма затверджена на засіданні кафедри</p>	<p>Кафедра журналістики, реклами та PR-технологій, протокол № 1 від 27.08.2024.</p>

Додаток А. Зразок оформлення титульної сторінки звіту виробничої фахової практики

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

КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА PR–ТЕХНОЛОГІЙ

**ЗВІТ
ПРО ВИРОБНИЧУ ФАХОВУ ПРАКТИКУ**

Виконав (-ла):

Студент (-ка) II курсу
ННІ української філології та соціальних
комунікацій
Спеціальності 061 «Журналістика»
другого (магістерського) рівня
ОП «Цифрові медіа, рекламні та PR-
комунікації»

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис)

Керівники практики:

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис)

Завідувач кафедри журналістики,
реклами та PR-технологій

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис)

·
·