

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради
факультету _____

 Юлія ГАРКАВЕНКО

«__» _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 2.25 **Виробнича: переддипломна практика** _____
шифр із ОПП і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) _____

галузь знань 06 Журналістика _____


спеціальність 061 Журналістика _____

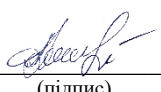
спеціалізація _____

освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю _____

рік набору 2020 /2021 форма навчання денна термін навчання 3 роки 10 місяців

вид дисципліни обов'язкова _____

Розробник (-и) Мироненко В.В., в.о. зав. кафедри, к. соц. ком. _____ 
вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання підпис

Погоджено гарант ОП  _____ Анжела ЛЯЦЕНКО _____
(підпис) (ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол від «23» червня 2023 року № 18

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової комунікації
Протокол від «30» серпня 2023 року № 1

**Дніпро
2023**

1. Загальний опис практики

денна форма навчання	заочна форма навчання	вечірня форма навчання
Рік підготовки:		
2023/2024		
Семестр		
8		
Кількість тижнів		
4		
Загальна кількість годин / кредитів		
180/6,0		
Робочий (в аудиторії або на підприємстві) час практиканта (години)		
120		
Самостійна робота (години)		
60		
Вид контролю: диференційний залік		

Орієнтовні бази практики: ПП ТРК «Регіон» (м. Дніпро); АТ «ДТЕК Дніпровські Електромережі»; ТОВ «А-Бізнес» (Телеканал «Відкритий») (м. Дніпро); Центральне територіальне управління Національної гвардії України (м. Дніпро); Виконавчий комітет Слобожанської селищної ради (сmt Слобожанське); Наукова бібліотека ДНУ; кафедра реклами та зв'язків з громадськістю.

Обов'язки здобувача практики:

- до початку практики одержати в керівника практики від кафедри методичні матеріали (методичні вказівки, програму, щоденник, індивідуальне завдання) та консультації щодо оформлення потрібних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- щоденно відвідувати базу практики (або відразу повідомити керівників практики про причини відсутності на практиці);
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівками її керівників;
- вивчити й дотримуватися правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії та внутрішнього розпорядку;
- відповідати за виконану роботу та її результати, бути прикладом свідомого і сумлінного ставлення до праці;
- вести щоденник практики;
- своєчасно оформити звітну документацію та скласти залік із практики.

Обов'язки керівника практики:

- контролює кількість здобувачів вищої освіти, які проходять практику;
- веде облік короткотермінових угод про проведення практики;
- перевіряє готовність баз практики;
- проводить усі потрібні організаційні заходи перед початком практики;
- проводить інструктаж з техніки безпеки;
- надає практикантам потрібні документи (щоденник, індивідуальне завдання відповідно до робочої програми);
- ознайомлює здобувачів вищої освіти з порядком і термінами звітності із практики;
- контролює нормальні умови роботи практикантів та проведення базою практики обов'язкових інструктажів з охорони праці й техніки безпеки;

- контролює своєчасне прибуття на практику, виконання здобувачами вищої освіти правил внутрішнього трудового розпорядку;
- разом з керівником практики від бази практики забезпечує високу якість її проходження згідно із програмою;
- надає методичну допомогу здобувачам вищої освіти під час виконання ними індивідуальних завдань і збору матеріалів до кваліфікаційної роботи;
- подає на затвердження проректору з науково-педагогічної роботи письмовий звіт про проведення практики.

2. Мета

Метою навчальної дисципліни «Виробнича: переддипломна практика» є поглиблення та закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачами вищої освіти в процесі вивчення циклу теоретичних дисциплін, практичних навичок, ознайомлення безпосередньо в установі, організації, на підприємстві з виробничим процесом і технологічним циклом виробництва, удосконалення вмінь і навичок зі спеціальності 061 Журналістика (ОП Реклама і зв'язки з громадськістю), а також збір матеріалу для виконання кваліфікаційної роботи та набути навичок застосування методів наукових досліджень, проведення науково-дослідної роботи.

Проходження практики забезпечує формування компетентностей за ОП:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК07. Здатність використовувати вітчизняний і світовий досвід у сфері реклами і зв'язків з громадськістю.

СК08. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з журналістики, рекламної та ПР-комунікації, а також діджитал-технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів і провадження ефективної рекламної та ПР-діяльності.

3. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни

Передумовами для вивчення дисципліни є дисципліни циклу професійної підготовки за спрямуванням освітньо-професійної програми та навчальна практика 4 та 6 семестру.

4. Результати проходження практики та їх співвідношення із програмними результатами навчання

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
1	<p>знати: структуру та напрямки роботи комунікаційних, ПР-агентств і департаментів</p> <p>уміти: виконувати основні функції асистента/помічника менеджера або керівника в сфері комунікацій</p>	<p>ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</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>ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p>	Т. 1 Т. 2
2	<p>знати: сучасний стан ринку рекламних та ПР послуг в Україні</p> <p>уміти: застосовувати навички для проведення дослідної роботи та підготовки власних матеріалів</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>ПР19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та ПР-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та ПР-проектів.</p> <p>ПР20. Використовувати передовий вітчизняний та зарубіжний досвід створення рекламного/ПР-продукту, використовувати певні методи та прийоми у власній практичній діяльності.</p>	Т. 3 Т. 6 Т. 7
3	<p>знати: види, засоби, форми і методи комунікацій; професійну термінологію і етику; види та напрямки професійної діяльності</p> <p>уміти: моніторити ситуації, комунікації з різними контактними групами</p>	<p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</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>ПР20. Використовувати передовий вітчизняний та зарубіжний досвід створення рекламного/ПР-продукту, використовувати певні методи та прийоми у власній практичній діяльності.</p> <p>ПР21. Знати особливості сучасної медіасистеми та адаптувати рекламний та ПР-продукт під запити та функції певного її елемента.</p>	Т. 4
4	<p>знати: основні етапи підготовки та проведення рекламних та ПР-кампаній; класифікацію технологій реклами та ПР</p> <p>уміти: готувати інформаційні матеріали,</p>	<p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p>	Т. 4 Т. 5 Т. 7

	<p>презентації, звіти, плани і графіки робіт; готувати різні спеціальні заходи і переговори</p>	<p>ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p> <p>ПР19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та ПР-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та ПР-проектів.</p> <p>ПР20. Використовувати передовий вітчизняний та зарубіжний досвід створення рекламного/ПР-продукту, використовувати певні методи та прийоми у власній практичній діяльності.</p> <p>ПР21. Знати особливості сучасної медіасистеми та адаптувати рекламний та ПР-продукт під запити та функції певного її елемента.</p>	
--	---	--	--

5. Зміст практики

Робочий час практиканта

№ з/п	Назва теми	Робота, яку виконують практиканти	Кількість годин
1	Тема 1. Знайомство з підприємством – базою практики	Загальне ознайомлення з діяльністю підприємства/агенції/установи	10
2	Тема 2. Вивчення специфіки роботи фахівця з рекламної та PR-діяльності	Ознайомлення зі специфікою діяльності рекламних та ПР-відділів на підприємствах	20
3	Тема 3. Обґрунтування актуальності теми кваліфікаційної роботи	Огляд наукової літератури та нормативно-правових актів з теми кваліфікаційної роботи	20
4	Тема 4. Виконання завдань пошуково-дослідницької, аналітичної, соціологічної спрямованості	Збирання статистичної інформації щодо об'єкта дослідження	10
5	Тема 5. Планування і проведення PR та рекламних заходів	Обробка статистичних даних, виконання необхідних розрахунків, складання аналітичних таблиць, схем, графіків тощо	20
6	Тема 6. Апробація теми кваліфікаційної роботи	Підготовка до друку статей та тез доповіді за темою кваліфікаційної роботи	30
7	Тема 7. Звіт з проходження переддипломної практики	Підготовка звіту з практики	10
Усього			120

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Робота, яку виконують практиканти	Кількість годин
1	Тема 1. Знайомство з підприємством – базою практики	Аналіз цільової аудиторії продукту/послуги/організації/проєкту	4
2	Тема 2. Вивчення специфіки роботи фахівця з рекламної та PR-діяльності	Аналіз сегменту ринку продукту/послуги/організації/проєкту	10
3	Тема 3. Обґрунтування актуальності теми кваліфікаційної роботи	Огляд наукової літератури та нормативно-правових актів з теми кваліфікаційної роботи	10
4	Тема 4. Виконання завдань пошуково-дослідницької, аналітичної, соціологічної спрямованості	Формування комунікаційної політики продукту /послуги/організації/ проєкту	10
5	Тема 5. Планування і проведення PR та рекламних заходів	Створення медіаплану та контент-плану з обґрунтуванням. Створення контенту для відповідних комунікаційних інструментів	10
6	Тема 6. Апробація теми кваліфікаційної роботи	Підготовка до друку статей та тез доповіді	10
7	Тема 7. Звіт з проходження переддипломної практики	Підготовка звіту з практики	6
Усього			60

6. Заходи контролю

Вимоги до звіту й захисту результатів практичної підготовки

Звіт з практики

Загальна форма звітності за практику – це подання письмового звіту, який підписують і оцінюють члени комісії із прийому диференційного заліку із практики.

Письмовий звіт разом з іншими документами, установленими робочою програмою практики (щоденник практики; характеристика з оцінкою практики за 20-ти бальною шкалою, завірена керівником практики від підприємства та печаткою тощо), подають на рецензування керівнику практики. Після доопрацювання та остаточного погодження з ним звіт у друкованому вигляді подають до захисту.

Звіт охоплює відомості про виконання всіх розділів програми практики та індивідуального завдання висновки і пропозиції, список використаної літератури тощо. Оформлюють звіт за вимогами, визначеними в робочій програмі практики, та відповідно до єдиних вимог щодо оформлення текстових документів.

Звіт про практику повинен включати:

- титульний лист;
- зміст;
- текст (розподілений за частинами звіту, згідно зі змістом програми);
- список використаних джерел;
- додатки: авторські творчі роботи.

Виклад звіту необхідно здійснити у відповідності до програмних вимог практики на підприємстві, а також, згідно зі структурою матеріалів звіту.

Текст звіту пишеться від третьої особи множини. Спостереження, висновки, узагальнення мають бути аргументованими, підтвердженими фактами.

Обсяг звіту (формат А4, 14 шрифт, 1,5 інтервал) – 20-25 сторінок друкованого тексту, оформленого згідно зі стандартами.

За наявності орфографічних, пунктуаційних, граматичних, стилістичних помилок, неправильному оформленні титульного листа, звіт повертається з відповідним зниженням оцінки.

Щоденник практики

Основний документ, що відображає поточну діяльність здобувача вищої освіти, етапи виконання завдань – це щоденник практики. Цей документ є частиною звіту здобувача вищої освіти. Ведення щоденника є обов'язковим під час проходження переддипломної практики.

Щоденник практики є звітним документом, що характеризує та підтверджує проходження практики студентом. У щоденнику фіксується поточна робота під час практики та надається відгук керівника практики про роботу студента з оцінкою рівня виконання ним завдання з практики, відношення до виконання програми практики, індивідуального завдання, дисципліни та ін.

Захист результатів практики

Захист звітів з практики проводиться у терміни, визначені наказом, після проходження практики у формі заліку. Порядок захисту: виступ студента 5-7 хвилин, далі задаються питання. Оцінка враховує виконання формальних вимог та результати захисту.

Під час захисту звіту студент має охарактеризувати особисто виконану роботу, критично оцінити чинну практику, показати знання з теорії і практики організації роботи на базі практики, запропонувати і довести обґрунтованість та доцільність своїх пропозицій щодо її вдосконалення.

При оцінці підсумків роботи студента-практиканта кафедра бере до уваги зміст доповіді, хід його захисту та відгук керівника практики.

Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
		75-81
Задовільно/Satisfactory		64-74
Незадовільно/Fail	60-63	
	Не зараховано/Fail	0-59

Система оцінювання:

Форма оцінювання	Кількість балів	Термін
Захист результатів практики:		
Оцінка керівника від бази практики	20	4 тиждень
Оформлення звіту і щоденника	10	4 тиждень
Презентація (доповідь)	40	за розкладом захисту практики
Відповіді на питання комісії	30	
Максимальна кількість балів	100	

7. Рекомендована література:

Основна:

1. ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 16 с.
2. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 36, ст.275). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>
3. Закон України «Про електронні комунікації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>
4. Закон України «Про інформацію». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
5. Закон України «Про рекламу». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
6. Положення про порядок проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (нова редакція). URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Praktichna_pidgotovka_2018.pdf
7. Положення про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Akadem_dobrochesnist'-2020.pdf

Додаткова:

8. Власова О. І., Никоненко Ю. В. Соціальна психологія організацій та управління: Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 392 с.
9. Казанжи З. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Київ, 2016. 112 с.
10. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
11. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Дніпро: Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
12. Роулс Д. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Харків: Фабула, 2020. 256 с.
13. Шарп Б. Як зростають бренди: чого не знають маркетологи. Київ: Наш формат, 2019. 240 с.
14. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 296 с.

Інформаційні ресурси:

1. Видання «PR Week» з PR та комунікацій: <https://www.prweek.com/uk>
2. Український сайт про PR, маркетинг і рекламу: <https://sostav.ua/>
3. Marketing Media Review: вебсайт <https://mmr.ua/>
4. The International Advertising Association: <http://www.iaaglobal.org/>