


Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради  
факультету \_\_\_\_\_

 Юлія ГАРКАВЕНКО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОКП \_\_2.9\_\_ Виробнича практика: переддипломна \_\_**  
шифр із ОПП і повна назва навчальної дисципліни

**для здобувачів вищої освіти**

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ другий (магістерський) \_\_\_\_\_

галузь знань \_\_\_\_\_ 06 Журналістика \_\_\_\_\_

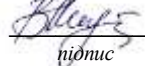
спеціальність \_\_\_\_\_ 061 Журналістика \_\_\_\_\_


спеціалізація \_\_\_\_\_

освітня програма \_\_\_\_\_ Реклама і зв'язки з громадськістю \_\_\_\_\_

рік набору 2023 /2024 форма навчання \_\_\_\_\_ денна \_\_\_\_\_ термін навчання 1 рік 4 місяці

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 \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Владлена МИРОНЕНКО \_\_\_\_\_  
(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
<b>Рік підготовки:</b>		
2023/2024		
<b>Семестр</b>		
3		
<b>Кількість тижнів</b>		
14		
<b>Загальна кількість годин / кредитів</b>		
630/21,0		
<b>Робочий (в аудиторії або на підприємстві) час практиканта (години)</b>		
420		
<b>Самостійна робота (години)</b>		
210		
<b>Вид контролю: диференційний залік</b>		

*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; короткострокові угоди.

*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 практика: переддипломна» є поглиблення теоретичних знань, набуття здобувачами вищої освіти досвіду самостійної науково-дослідної роботи та напрацювання методики її проведення, удосконалення вмінь і навичок зі спеціальності 061 Журналістика (ОП Реклама і зв'язки з громадськістю), а також добір фактичного матеріалу для виконання кваліфікаційної роботи магістра, формування вмінь і навичок опрацювання наукових та інформаційних джерел.

*Проходження практики забезпечує формування компетентностей за ОП:*

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК10. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК11. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.

СК08. Здатність створювати рекламний продукт, формувати рекламне звернення та презентувати його клієнту.

СК09. Здатність демонструвати цінності рекламованого продукту з урахуванням соціально-культурних факторів ринкового середовища.

СК10. Здатність розробляти, створювати та редагувати рекламні матеріали, рекламні та/або PR-тексти.

СК11. Здатність враховувати тенденції та перспективи розвитку сфери рекламної та PR-діяльності в умовах глобалізації та світової трансформації.

СК12. Здатність планувати, впроваджувати, супроводжувати та оцінювати рекламні та/або PR-кампанії, розроблені для організацій, установ, підприємств.

СК13. Здатність до розробки стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю, оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проектів, готувати звіти за результатами діяльності.

## 3. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни

Передумовами для вивчення дисципліни є дисципліни циклу професійної підготовки за спрямуванням освітньо-професійної програми.

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

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
1	<p><b>знати:</b> структуру та напрямки роботи комунікаційних, ПР-агентств і департаментів</p> <p><b>уміти:</b> виконувати основні функції асистента/помічника менеджера або керівника в сфері комунікацій</p>	<p>РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.</p> <p>РН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.</p> <p>РН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.</p>	<p>Т. 1</p> <p>Т. 2</p>
2	<p><b>знати:</b> сучасний стан ринку рекламних та ПР послуг в Україні</p> <p><b>уміти:</b> застосовувати навички для проведення дослідної роботи та підготовки власних матеріалів</p>	<p>РН03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.</p> <p>РН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.</p>	<p>Т. 3</p> <p>Т. 6</p> <p>Т. 7</p>
3	<p><b>знати:</b> види, засоби, форми і методи комунікацій; професійну термінологію і етику; види та напрямки професійної діяльності</p> <p><b>уміти:</b> моніторити ситуації, комунікації з різними контактними групами</p>	<p>РН19. Здійснювати поточне та довгострокове планування комплексної рекламної та PR-діяльності, організувати роботу під час рекламної та/або PR-кампанії, готувати необхідну інформацію про процес проходження комунікаційних заходів, підводити підсумки рекламної та PR-діяльності.</p> <p>РН20. Вивчати комунікаційні процеси реалізованих рекламних та PR-кампаній, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати, виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного ринку.</p>	<p>Т. 2</p> <p>Т. 4</p>
4	<p><b>знати:</b> основні етапи підготовки та проведення рекламних та ПР-кампаній; класифікацію технологій реклами та ПР</p> <p><b>уміти:</b> готувати інформаційні матеріали, презентації, звіти, плани і графіки робіт; готувати різні спеціальні заходи і переговори</p>	<p>РН14. Розробляти ефективну рекламу, що відображає найбільш значиму й зрозумілу ідею, здатну запам'ятися споживачем.</p> <p>РН16. Створювати рекламний продукт, що буде орієнтованим на формування пропозицій конкретній цільовій аудиторії.</p> <p>РН17. Створювати рекламно-інформаційний продукт та ефективно його просувати, унікальні, авторські рекламні та PR-тексти різного роду.</p>	<p>Т. 4</p> <p>Т. 5</p> <p>Т. 7</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 та структурою підприємства/агенції/установи. Проходження інструктажу з техніки безпеки і протипожежної безпеки.	20
2	Тема 2. Вивчення специфіки роботи фахівця з рекламної та PR-діяльності	Ознайомлення зі специфікою діяльності рекламних та PR-відділів на підприємствах.	40
3	Тема 3. Обґрунтування актуальності теми дослідження кваліфікаційної роботи	Огляд наукової літератури та нормативно-правових актів з теми кваліфікаційної роботи (навчальні посібники, навчально-методичні посібники, дисертації, монографії, вітчизняні та іноземні періодичні видання). Визначення змісту, об'єкту та предмету дослідження.	40
4	Тема 4. Виконання індивідуальних завдань пошуково-дослідницької, аналітичної, соціологічної спрямованості	Збирання статистичної інформації щодо об'єкта дослідження. Формування комунікаційної політики продукту /послуги/організації/ проекту.	60
5	Тема 5. Планування і проведення PR- та рекламних заходів	Створення медіаплану та контент-плану з обґрунтуванням. Створення контенту для відповідних комунікаційних інструментів.	80
6	Тема 6. Апробація основних теоретичних та практичних рекомендацій кваліфікаційної роботи	Підготовка до друку наукової статті за обраним напрямом дослідження та тез доповіді на конференцію.	80
7	Тема 7. Звіт з проходження переддипломної практики	Підготовка чернетки кваліфікаційної роботи магістра.	100
Усього			420

## 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.	30
2	Тема 2. Вивчення специфіки роботи фахівця з рекламної та PR-діяльності	Аналіз сегменту ринку продукту/послуги/організації/проєкту.	30
3	Тема 3. Обґрунтування актуальності теми дослідження кваліфікаційної роботи	Формування бібліографічного списку для написання кваліфікаційної роботи з проблематики.	20
4	Тема 4. Виконання індивідуальних завдань пошуково-дослідницької, аналітичної, соціологічної спрямованості	Проведення емпіричних та теоретичних досліджень за темою кваліфікаційної роботи.	40
5	Тема 5. Планування і проведення PR- та рекламних заходів	Обробка статистичних даних, виконання необхідних розрахунків, складання аналітичних таблиць, схем, графіків тощо.	30
6	Тема 6. Апробація основних теоретичних та практичних рекомендацій кваліфікаційної роботи	Підготовка до друку наукової статті за обраним напрямом дослідження та тез доповіді на конференцію.	40
7	Тема 7. Звіт з проходження переддипломної практики	Узагальнення матеріалів та підготовка звіту та щоденника з практики.	20
Усього			210

## 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 переддипломної практики.

Письмовий звіт разом з іншими документами, встановленими робочою програмою практики (щоденник практики; характеристика з оцінкою практики за 20-ти бальною шкалою, завірена керівником практики від підприємства та печаткою тощо), здобувачі 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 повинні бути аргументованими, підтвердженими фактами.

Обсяг звіту (формат А4, 14 шрифт, 1,5 інтервал, береги: верхній, нижній – 2 см, лівий – 3 см, правий – 1,5 см) – 40-50 сторінок друкованого тексту, включаючи також у структуру матеріали, що відносяться до майбутньої кваліфікаційної роботи магістра, оформленого згідно зі стандартами. Звіт друкується з одного боку аркуша білого паперу.

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 індивідуальна 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.

Щоденник заповнюється студентом особисто, крім розділів відгуку про роботу студента на практиці.

### **Захист результатів практики**

Захист звітів з практики проводиться у терміни, визначені наказом, після проходження практики у формі заліку. Порядок захисту: виступ студента 7-10 хвилин, далі задаються питання (до 15 хвилин). 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	Не зараховано/Fail	60-63
		0-59

### **Система оцінювання:**

Форма оцінювання	Кількість балів	Термін
Захист результатів практики:		
Оцінка керівника від бази практики	20	14 тиждень
Оформлення звіту і щоденника	10	14 тиждень
Презентація (доповідь)	40	за розкладом захисту практики
Відповіді на питання комісії	30	
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>	

## 7. Рекомендована література:

### Основна:

1. Вітченко А. О., Вітченко А. Ю. Основи наукових досліджень у вищій школі : підруч. Київ : ФОРМ Ямчинський О.В., 2020. 272 с.
2. ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 16 с.
3. 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>
4. Закон України «Про електронні комунікації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>
5. Закон України «Про інформацію». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
6. 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>
7. Колесников О.В. Основи наукових досліджень: 2-ге вид. (виправ. і допов.). Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 144 с.
8. Корягін М.В., Чік М.Ю. Основи наукових досліджень: навч. посібник. 2-ге вид., стереотип. Київ: Алерта, 2019. 492 с.
9. 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](https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Praktichna_pidgotovka_2018.pdf)
10. 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](https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Polozhennya_Akadem_dobrochesnist'-2020.pdf)

### Додаткова:

11. Власова О. І., Никоненко Ю. В. Соціальна психологія організацій та управління: Підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 392 с.
12. Казанжи З. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Київ, 2016. 112 с.
13. 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.
14. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Дніпро: Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
15. Роулс Д. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Харків: Фабула, 2020. 256 с.
16. Шарп Б. Як зростають бренди: чого не знають маркетологи. Київ: Наш формат, 2019. 240 с.
17. 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. URL : <https://www.prweek.com/uk>
2. Український сайт про PR, маркетинг і рекламу. URL : <https://sostav.ua/>
3. Marketing Media Review: вебсайт <https://mmr.ua/>
4. The International Advertising Association. URL : <http://www.iaaglobal.org/>
5. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>