

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Рішенням Вченої ради Київського
університету імені Бориса Грінченка
25 травня 2017 р., протокол № 5

Голова Вченої ради, ректор
Огнев'юк Віктор Олександрович



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю

другого (магістерського) рівня вищої освіти

Галузь знань:
Спеціальність:
Кваліфікація:

06 Журналістика
061 Журналістика
магістр журналістики

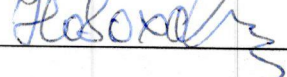
Введено в дію з 01.09.2017 р.
(наказ від 26.05.2017 р. № 348)

Київ – 2017

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми


Кафедра журналістики та нових медіа

Протокол від 11.05. 2017 р. №10


Завідувач кафедри  (Л.М. Новохатько)
(підпис)

Вчена рада інституту журналістики

Протокол від 27.04. 2017 р. № 8

Голова Вченої ради  (Г.В. Горбенко)
(підпис)

Науково-методичний центр стандартизації та якості освіти

Завідувач  (О.В. Леонтєва)
(підпис)

24.05. 2017 р.

Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

 (О.Б. Жильцов)
(підпис)

24.05. 2017 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Закону України «Про вищу освіту» з урахуванням Проекту Стандарту зі спеціальності 061 Журналістика для другого (магістерського) рівня робочою групою у складі:

Горбенко Галина Василівна, філологічних наук, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язки з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка _____

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язки з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка _____

Нетреба Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язки з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка _____

Зовнішні рецензенти:

Олтаржевський Дмитро Олегович, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Кузнєцова Ірина Вікторівна, директор Агентства маркетингових комунікацій "ДІАЛЛА"

Освітня програма 061 Журналістика введена в дію 01.09.2017 р.

Термін перегляду освітньої програми 1 раз на 2 роки

Актуалізовано:

Дата перегляду ОП / внесення змін до ОП			
Підпис			
ПІБ гаранта ОП			

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061 «Журналістика»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Київський університет імені Бориса Грінченка Інститут журналістики
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр реклами зв'язків з громадськістю
Офіційна назва освітньої програми	Реклама і зв'язки з громадськістю
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Впровадження в 2017 році
Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень / 7 рівень НРК
Передумови	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	2022 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kubg.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Забезпечення поглибленої підготовки фахівців у сфері реклами та зв'язків з громадськістю, формування готовності до розв'язання складних завдань, проблем у професійній діяльності, за допомогою інноваційних форм і засобів управління комунікаційними процесами	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p>- <i>Об'єкти вивчення та/або діяльності:</i> соціальні комунікації (журналістика, управління інформацією, корпоративні комунікації, управління в сфері реклами та зв'язків з громадськістю, психологія реклами та PR, діджитал-комунікація) – 60 %; дотичні (міжкультурні комунікації, управління інтелектуальною власністю) - 9%; дисципліни за вибором магістранта – 25 %; іноземна мова – 6 %</p> <p>- <i>Цілі навчання:</i> формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань, умінь та навичок для застосування у професійній діяльності у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>- <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> формування професіонала зі зв'язків з громадськістю та реклами для комунікаційної сфери діяльності.</p> <p>- <i>Методи, методики та технології:</i> здобувач вищої освіти має оволодіти методами інформаційних, програмних та комунікаційних технологій; навичками проектної, організаційної та управлінської діяльності.</p> <p>- <i>Інструменти та обладнання:</i> комп'ютерні й мережеві програмовані пристрої.</p> <p><i>Співвідношення обсягів обов'язкової та вибіркової частин:</i> 3:1</p> <p><i>Частка виробничих практик:</i> 18 кредитів ЄКТС (20%)</p>

Орієнтація освітньої програми	Професійно-практична
Основний фокус освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією на рекламу та зв'язки з громадськістю
Особливості програми	<p>Акцент на самостійній роботі магістрантів, зокрема їх дослідницькій діяльності.</p> <p>Навчальний план містить ряд унікальних дисциплін, які відзначені світовими асоціаціями з реклами та PR як трендові у підготовці фахівців даного профілю. Окремі навчальні дисципліни викладаються іноземною мовою.</p> <p>Для магістрів сформована потужна база практики: прес-служби органів державної влади, рекламні та PR-агентства, консалтингові фірми, а також PR-відділи провідних українських компаній.</p> <p>Магістри можуть брати участь у міжнародних і всеукраїнських конференціях, форумах, проектах кафедри, а також подавати свої проекти на професійні конкурси з PR і реклами.</p> <p>Магістри отримують доступ до EBSCO та інших інформаційних ресурсів для навчання, а також до власної електронної бібліотеки Університету.</p> <p>Магістерський проект може мати технологічний або творчий характер для вирішення прикладних завдань в професійній сфері. Результати проекту можуть бути використані як для подальших теоретичних і прикладних досліджень, так і для безпосереднього застосування в різних сферах діяльності.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Показчик професійних назв робіт випускників за кодами професій, які здатний виконувати магістр за освітньої програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю»:</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець зі зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>2149.2 Аналітик комунікацій</p> <p>1229.3 Керівник прес-служби (місцеві органи державної влади)</p> <p>Робочі місця в рекламних і PR-агентствах; прес-службах підприємств і органів влади різного рівня; друкованих та електронних мас-медіа; штабах виборчих кампаній.</p>
Подальше навчання	Можливість навчатися за програмою третього циклу для здобуття наукового ступеня доктора філософії.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання аудиторних занять із самостійною та дослідницькою роботою. Студентоцентроване навчання, що передбачає демократичні засади викладання, зокрема особистісно орієнтований, творчий підходи. Контекстне навчання, проблемні технології викладання, інтерактивні методи навчання (ділові та рольові ігри, ситуаційні методики тощо). Поглиблена теоретична компетентність підкріплюється формуванням прикладних професійних навичок під час виробничої практики.

Оцінювання	Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання студентів за усі види аудиторної та поза-аудиторної освітньої діяльності (поточний, модульний, підсумковий контроль); модульні контрольні роботи, індивідуальні розрахункові та проектні роботи, тестування, заліки, звіти про практику, екзамени, атестація. Завершальним є захист магістерського проекту.	
6 – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі та практичні проблеми у професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується комплексністю та/або невизначеністю умов.	
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-1	<i>Здатність комплексно розв'язувати проблему.</i>
	ЗК-2	<i>Критичне мислення.</i>
	ЗК-3	<i>Креативність.</i>
	ЗК-4	<i>Управління людьми.</i>
	ЗК-5	<i>Координація дій з іншими.</i>
	ЗК-6	<i>Комунікація.</i>
	ЗК-7	<i>Емоційний інтелект.</i>
	ЗК-8	<i>Когнітивна гнучкість.</i>
	ЗК-9	<i>Орієнтація на високий результат.</i>
	ЗК-10	<i>Формулювання суджень і ухвалення рішень.</i>
	ЗК-11	<i>Інформаційна та ІКТ-грамотність.</i>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК-1	Здатність збирати, обробляти та аналізувати інформацію; створення медіа-карт і ведення баз даних
	ФК-2	Здатність оцінювати ефективність ефективності управлінських рішень з рекламних та PR-проектів, готувати звіти за результатами інформаційно-аналітичної діяльності; оцінку
	ФК-3	Здатність до управління комунікаційними службами реклами та зв'язків з громадськістю фірми і організації, планування і організація рекламних та PR-кампаній
	ФК-4	Здатність проводити заходи щодо підвищення іміджу організації, до контролю, оцінювання ефективності та коригування стратегій, планів, кампаній і окремих заходів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю
	ФК-5	Здатність використовувати новітні положення теорії комунікації, задля обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних продуктів
	ФК-6	Здатність застосовувати методи й техніки психології, соціології, менеджменту та маркетингу, для здійснення обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й

	просування рекламних продуктів
ФК-7	Здатність до розробки стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю
ФК-8	Здатність ефективно презентувати результати оцінки якості та ефективності проектів

6 – Програмні результати навчання

Знання та розуміння	ПРН-3-1	Вміння використовувати концептуальні знання, набуті у процесі навчання на рівні новітніх досягнень для розв'язання проблем та вирішення завдань в сфері реклами та PR
	ПРН-3-2	Здатність використовувати знання іноземної мови у професійній діяльності, професійної комунікації і міжособистісному спілкуванні
	ПРН-3-3	Вміння орієнтуватися в сучасних тенденціях та потребах суспільства з метою їх використання в сфері реклами та PR
	ПРН-3-4	Вміння організації процесу збору, обробки, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації з урахуванням культурного, політичного, економічного та соціокультурного контекстів
	ПРН-3-5	Вміння правильно аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти ідеологію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності управління соціальними процесами
	ПРН-3-6	Вміння застосування знань з психології реклами в інтересах раціонального впливу на поведінку споживача
	ПРН-3-7	Здатність до застосування знань щодо організації редакційного процесу, технологій редагування текстів для друкованих ЗМІ, телефірів, веб-сайтів; управління контентом соціальних мереж, рерайтингу інформаційно-аналітичних матеріалів
	ПРН-3-8	Вміння роботи з новітніми інфокомунікаційними платформами (соціальними мережами, блогосферою)
	ПРН-3-9	Вміння щодо розробки ідеї та технології створення рекламного продукту на основі сучасних інфокомунікаційних технологій
Застосування знань та розуміння	ПРН-У-1	Демонструвати вміння для розв'язання складних проблем та вирішення практичних завдань в сфері реклами та PR
	ПРН-У-2	Вміння розробляти та проводити презентації рекламних та PR-проектів, товарів і компаній на англійській мові; а також ефективно проводити заходи для іноземних гостей
	ПРН-У-3	Демонструвати вміння орієнтації в сучасних тенденціях та потребах суспільства та використання в сфері реклами та PR

ПРН-У-4	Вміння організувати процес збору, обробки, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації
ПРН-У-5	Правильно аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти ідеологію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності
ПРН-У-6	Здатність моделювати рекламні та PR-прийоми на основі психологічних знань
ПРН-У-7	Демонструвати уміння для створення інтегрованих комунікаційних інструментів та кампаній
ПРН-У-8	Здатність оцінити потенціал інтернету як нового комунікативного середовища, використовувати та оптимізувати інтернет-ресурси для аналізу та розробки ефективних рекламних та PR-стратегій продукту, проекту, підприємства
ПРН-У-9	Здатність використовувати сучасні системні програмні засоби та технології для проектування інтернет-ресурсів з метою підвищення їх комунікативної ефективності

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	
Матеріально-технічне забезпечення	Обладнані апаратним та спеціальним програмним забезпеченням комп'ютерні класи.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Бібліотечні електронні ресурси, електронні наукові видання, електронні навчальні курси із можливістю дистанційного навчання та самостійної роботи, хмарні сервіси Microsoft.

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	
Міжнародна кредитна мобільність	Укладено угоди про студентську мобільність із Університетом Жирони (Іспанія) та Академією Яна Длугоша (Ченстохова, Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно ліцензії передбачається підготовка іноземців та осіб без громадянства.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Формування фахових компетентностей			
I. Обов'язкові компоненти ОП			
1. Навчальні дисципліни			
ОДФ.01	Іноземна мова в професійному спілкуванні	4	іспит
ОДФ.02	Журналістські студії	4	залік
ОДФ.03	Стратегічний менеджмент інформаційної	4	залік

	діяльності		
ОДФ.04	Культура і комунікації	4	іспит
ОДФ.05	Захист інтелектуальної власності	4	залік
ОДФ.06	Управління інформацією	4	іспит
ОДФ.07	Управління рекламними та PR-структурами	4	іспит
ОДФ.08	Менеджмент телерадіокомунікацій	4	залік
ОДФ.09	Корпоративна комунікація	4	іспит
ОДФ.10	Аналітика інформаційного середовища	4	залік
ОДФ.11	Сучасні digital-комунікації	4	іспит
Всього теоретичне навчання		44	-
2. Практика			
ОП.1	Виробнича	18	залік
Всього практика		18	-
3. Атестація			
ОА.1	Магістерський проект		
	1. Підготовка магістерського проекту	4	
	2. Захист магістерського проекту	1	
Всього атестація		5	-
Загальний обсяг обов'язкових компонент		67	
II. Вибіркові компоненти ОП			
ВД 1.01	Вибір з каталогу курсів	23	заліки
Загальний обсяг вибіркових компонент		23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Профіль магістра

освітня програма

"Реклама та зв'язки з громадськістю"

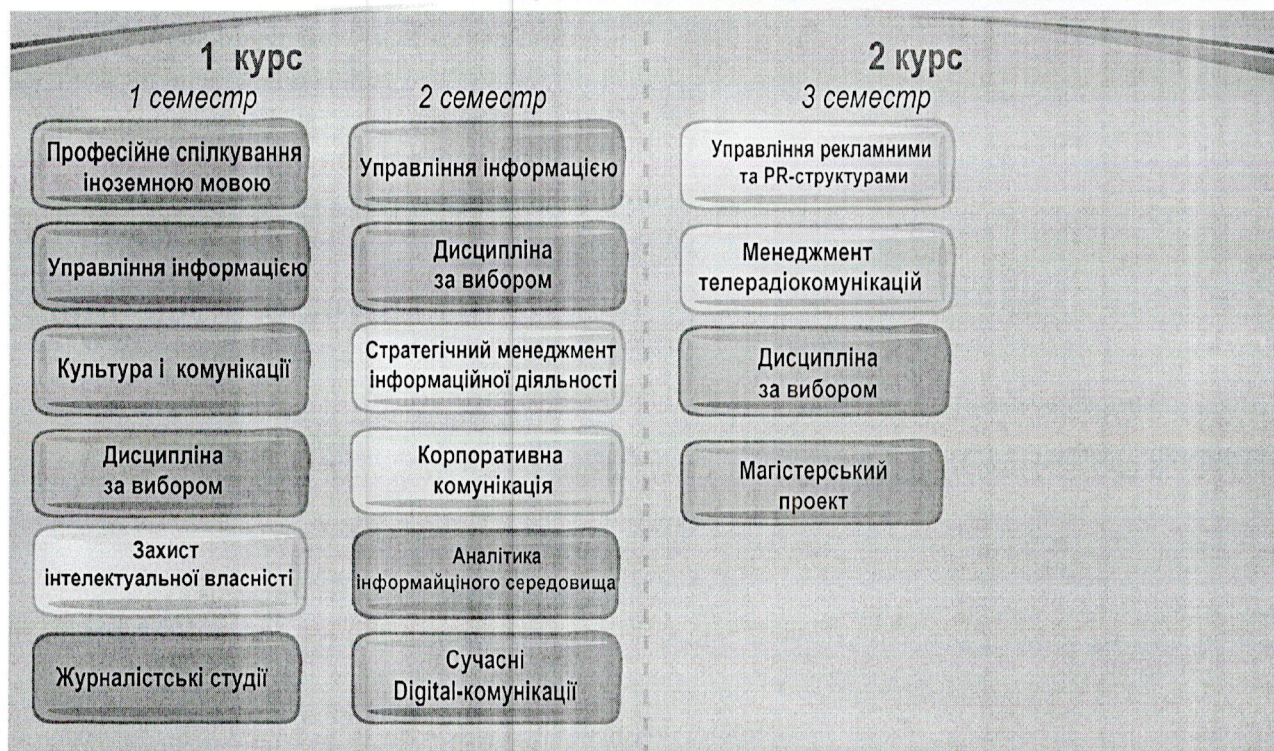
Програмні компетентності

організаційно-
управлінська

комунікаційно-
технологічна

інформаційно-
аналітична

проектна



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю» проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи й завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра з присвоєнням кваліфікації: рекламист, фахівець зі зв'язків з громадськістю.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОДФ.01	ОДФ.02	ОДФ.03	ОДФ.04	ОДФ.05	ОДФ.06	ОДФ.07	ОДФ.08	ОДФ.09	ОДФ.10	ОДФ.11	ОП.1	ОА.1	ВД 1.01
ЗК1	•		•		•	•			•	•				
ЗК2		•	•				•			•				
ЗК3		•							•		•			•
ЗК4			•	•			•	•						
ЗК5		•	•	•	•	•	•	•			•			
ЗК6	•	•				•	•	•	•	•				•
ЗК7				•		•			•	•	•			•
ЗК8				•										•
ЗК9						•			•					
ЗК10		•			•		•		•	•				
ЗК11	•	•			•	•		•		•	•			
ФК1		•			•	•				•				
ФК2		•			•	•				•				
ФК3			•	•		•	•	•				•		•
ФК4			•	•		•	•	•				•		•
ФК5	•	•		•					•	•	•			•
ФК6	•	•		•					•	•	•			•
ФК7		•					•	•	•		•	•	•	
ФК8		•					•	•	•		•	•	•	

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОДФ.01	ОДФ.02	ОДФ.03	ОДФ.04	ОДФ.05	ОДФ.06	ОДФ.07	ОДФ.08	ОДФ.09	ОДФ.10	ОДФ.11	ОП.1	ОА.1	ВД 1.01
З-1			•			•		•						•
З-2	•			•					•					
З-3			•	•			•		•					
З-4	•	•			•	•				•				•
З-5		•	•			•	•			•				
З-6				•		•								
З-7		•		•	•			•	•		•			
З-8	•	•		•	•				•	•	•			•
З-9	•		•				•		•		•	•	•	

Y-1			•		•	•		•		•				
Y-2	•			•					•					
Y-3			•			•	•	•		•		•	•	
Y-4		•							•	•				•
Y-5				•			•							
Y-6				•					•		•			•
Y-7		•				•	•				•			•
Y-8	•				•	•		•	•		•			
Y-9			•		•	•		•			•	•	•	