

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішенням Вченої ради Інституту
журналістики
від 27.05.2021 протокол № 8



Голова Вченої ради, директор
Галина ГОРБЕНКО

ЗМІНИ ДО ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю» другого (магістерського) рівня вищої освіти

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Кваліфікація:	магістр журналістики

Введено в дію з 01.09.2021
(наказ від 17.06.2021 № 432)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Закону України «Про вищу освіту» з урахуванням проєкту Стандарту зі спеціальності 061 «Журналістика» для другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Розроблено робочою групою у складі:

керівник робочої групи -

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (гарант освітньої програми);

члени робочої групи -

*Горбенко Галина Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент, директор Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;
Нетребя Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.*

Зовнішні рецензенти:

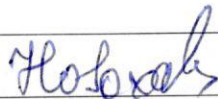
Іванов Валерій Феліксович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка, голова Академії української преси.

ВІДГУКИ ПРЕДСТАВНИКІВ РОБОТОДАВЦІВ:

Кузнєцова Ірина Вікторівна, директор Агентства маркетингових комунікацій "ДІАЛЛА", засновник та член Наглядової ради Всеукраїнської рекламної коаліції.

Освітньо-професійна програма запроваджена 01.09.2017 р.

Актуалізовано:

Дата перегляду ОП			
Підпис			
ПІБ гаранта ОП	Новохатько Л.М		

Ця програма не може бути повністю чи частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Київського університету імені Бориса Грінченка

ОБГРУНТУВАННЯ

Зміни до освітньо-професійної програми 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю» зумовлені необхідністю узгодження змісту освітньо-професійної програми, затвердженої рішенням Вченої ради Київського університету імені Бориса Грінченка від 25.05.2017 протокол № 5 (наказ від 26.05.2017 № 348) з тривалими дослідженнями під час реалізації освітньої програми щодо виконання навчального плану, проходження практики та атестації здобувачами, розробленням робочих програм навчальних дисциплін та практики викладачами впродовж 2017-2020 навчальних років.

Зміни, які внесені до ОПП, стосуються таких розділів:

- загальна інформація (уточнено кваліфікацію, цикл/рівень);
- викладання та оцінювання;
- ресурсне забезпечення реалізації програми;
- перелік програмних компетентностей та результатів навчання та матриці їх відповідності освітнім компонентам;
- перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність.

Опитування студентів та випускників, викладачів, аналіз запитів роботодавців під час конференцій, круглих столів та засідань ради роботодавців інституту; моніторинг затребуваності випускників, запитів представників різних категорій стейкхолдерів стали критерієм оцінки освітньої програми та зумовили необхідність внесення змін, які пропонуються цим документом.

Для посилення дослідницької компетентності здобувачів освітній компонент «Аналітика інформаційного середовища» замінено на «Методологія досліджень соціальних комунікацій».

Розроблено Додаток 1, в якому представлена вибіркова частина освітньо-професійної програми: опис запропонованих вибірових блоків дисциплін що спрямовані на поглиблення фахових компетентностей здобувачів з матрицями відповідності програмних компетентностей вибіровим компонентам блоків та матрицями забезпечення результатів навчання відповідними вибіровими компонентами блоків.

Зазначені зміни були відображені в опису даної освітньо-професійної програми.

**I. Профіль освітньо-професійної програми
«Реклама і зв'язки з громадськістю»
зі спеціальності 061 «Журналістика»**

1 – Загальна інформація		
Кваліфікація	Магістр журналістики	
Кваліфікація в дипломі	ступінь вищої освіти – Магістр спеціальність – Журналістика освітня програма – Реклама і зв'язки з громадськістю	
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень	
6 – Перелік компетентностей		
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі та практичні проблеми інноваційного характеру у професійній діяльності в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов	
Загальні компетентності (ЗК)	ЗКУ-1	Здатність володіння державною та іноземною мовою на високому рівні, володіння навичками комунікації, формування текстового журналістського та рекламного контенту.
	ЗКУ-2	Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраної стратегії розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним
	ЗКУ-3	Здатність працювати як в команді, так і одноосібно, формувати стратегії роботи команди, координація дій з іншими.
	ЗКУ-4	Здатність до управління: уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища, формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці; здатність організовувати власну фахову діяльність у різних організаціях
	ЗКУ-5	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
	ЗКУ-6	Здатність до когнітивної гнучкості; здатність здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань при зміні умов чи нестандартних ситуаціях.
	ЗКУ-7	Здатність до виявлення та задоволення потреб споживачів медіаринку
	ЗКУ-8	Здатність до комплексного розв'язання проблем; формулювання суджень і ухвалення рішень, здатність грамотно ставити завдання, ефективно їх виконувати для досягнення високого результату

	ЗКУ-9	Здатність на високому рівні здійснювати дослідження в галузі соціальних комунікацій, працювати з даними, формувати аналітику
	ЗКУ-10	Володіння сучасними інформаційними ресурсами та технологіями. Інформаційна та ІКТ-грамотність.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК)	ФКУ-1	Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; володіти процесами журналістської діяльності; здатність до прогнозування майбутнього журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до виокремлення проблеми в професійній діяльності; здатність до володіння науковими методами збору даних; уміння застосовувати методи аналізу та обробки даних у галузі реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до впровадження новітніх інформаційних технологій
	ФКУ-2	Здатність чітко оцінювати потреби медіаринку шляхом проведення моніторингової діяльності, аналізуючи контекст, формуючи відповідний контент
	ФКУ-3	Здатність до планування медіапроцесу; дотримання часових вимог подання матеріалу (дедлайн); здатність працювати у нестандартних умовах, непередбачуваних ситуаціях; уміння налагодити комунікацію у різних соціальних групах; дотримуватись бюджету; володіти технологіями цифрової безпеки.
	ФКУ-4	Здатність розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знання практичних аспектів економічної діяльності фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю; спроможність просувати медійний продукт, аналізувати роль ринку споживачів та роль аудиторії для рекламного продукту, підтримувати загальні й спеціалізовані знання на сучасному рівні.
	ФКУ-5	Здатність оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проектів, готувати звіти за результатами інформаційно-аналітичної діяльності; здатність ефективно презентувати результати оцінки якості та ефективності проектів
	ФКУ-6	Здатність до управління службами комунікації, реклами та зв'язків з громадськістю фірм, організацій, планування і організація рекламних та PR-кампаній
	ФКУ-7	Здатність проводити заходи з підвищення іміджу особи, організації, до контролю, оцінювання ефективності та коригування стратегій, планів, кампаній і окремих заходів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю
	ФКУ-8	Здатність використовувати новітні положення теорії соціальної комунікації задля обґрунтованого відбору технологій, стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів

	ФКУ-9	Здатність застосовувати методи менеджменту й маркетингу для здійснення обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
	ФКУ-10	Здатність до розроблення стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю
	ФКУ-11	Здатність до надання рекламно-поліграфічних послуг із застосуванням відповідного інструментарію при їх виробництві та просуванні.
	ФКУ-12	Здатність до володіння сучасними digital-комунікаціями, робота з рекламним та PR-контентом різних форматів із дотриманням професійних стандартів,
	ФКУ-13	Здатність до оцінки та використання інновацій у створенні реклами, роботи з мультимедійним контентом у сфері реклами та PR.

7 – Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РНУ-01	Використовувати ґрунтовні знання державної та іноземної мови у професійній діяльності, професійній комунікації та міжособистісному спілкуванні, формуванні рекламного та PR-продукту
РНУ-02	На основі отриманої інформації розв'язувати професійні завдання, аргументуючи вибір стратегії.
РНУ-03	Організовувати роботу команд або розроблювати стратегії одноосібного виконання поставленого завдання.
РНУ-04	Формувати план роботи команди, здійснювати керівництво командною роботою при виконання професійних завдань.
РНУ-05	Розробляти власні проекти на основі креативних ідей, формувати ідеї стартапів.
РНУ-06	При розробці та втіленні власних проектів проявляти когнітивну гнучкість, здатність отримувати нові знання, враховувати різні параметри, фактори, причини, координувати розроблену стратегію з огляду на нову інформацію.
РНУ-07	Здійснювати аналіз потреб медіаринку при розробці рекламного та PR-продукту. Орієнтуватися в сучасних тенденціях та потребах суспільства з метою їх використання в сфері реклами та PR
РНУ-08	Комплексно підходити до вирішення професійних завдань з метою досягнення високого результату
РНУ-09	Здійснювати дослідження в галузі соціальних комунікацій, працювати з даними, аналітикою для досягнення реалізації практичних проектів
РНУ-10	Використовувати всі можливості сучасних інформаційних ресурсів для створення та просування рекламного та PR-продукту
РНУ-11	Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності управління соціальними процесами. Організовувати процес збору, оброблення, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації з урахуванням політичного, економічного та соціокультурного контекстів. Прогнозувати перспективи розвитку медіа ринку.
РНУ-12	Проводити професійний моніторинг запитів ринку рекламного та PR-продукту з метою формування конкурентоспроможного продукту.

РНУ-13	Планувати медіапроцеси із дотриманням часових вимог (дедлайнів), формувати продуктивні процеси взаємодії й типових та нестандартних професійних ситуаціях.
РНУ-14	Аналізувати економічні умови, визначати стратегію просування рекламного та PR-продукту в певних економічних, соціальних, політичних умовах. Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності
РНУ-15	Аналізувати та оцінювати ефективність управлінських рішень, коригувати стратегію професійної діяльності.
РНУ-16	Управляти службами комунікації, реклами та зв'язків з громадськістю фірм, організацій, планування і організація рекламних і PR-кампаній
РНУ-17	Організації заходів з підвищення іміджу особи, організації.
РНУ-18	Розробляти ідеї та технології створення рекламного чи PR-продукту на основі сучасних інфокомунікаційних технологій, новітніх знань у галузі
РНУ-19	Застосовувати навички менеджменту та маркетингу для здійснення обґрунтованого вибору технологій, стратегій створення і просування рекламних і PR-продуктів.
РНУ-20	Розв'язувати складні проблеми та вирішувати практичні завдання у сфері реклами та PR, керувати проектною діяльністю
РНУ-21	Володіти технологіями надання рекламно-поліграфічних послуг, застосовуючи відповідний інструментарій при їх виробництві та просуванні.
РНУ-22	Використовувати сучасні системні програмні засоби та технології для проектування інтернет-ресурсів з метою підвищення їх комунікативної ефективності, володіти digital-комунікаціями.
РНУ-23	Оцінювати та використовувати інновації у створенні рекламного та PR-продукту, працювати з новітніми інфокомунікаційними платформами (соціальними мережами, блогосферою), мультимедійним контентом.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньої програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення освітньої програми здійснюється професорсько-викладацьким складом кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики. До викладання окремих дисциплін відповідно до їх компетенції та досвіду залучений професорсько-викладацький склад кафедри журналістики та нових медіа, кафедри видавничої справи, кафедри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики та інших кафедр Університету. Практикоорієнтований характер освітньої програми передбачає широку участь фахівців-практиків, що відповідають напряму програми, що підсилює синергетичний зв'язок теоретичної та практичної підготовки. Кадрове забезпечення ОП відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності
Матеріально-технічне забезпечення	Викладання навчальних дисциплін здійснюється в аудиторіях загального та спеціального призначення. Аудиторні приміщення забезпечені проекційною та медіа технікою загального користування, а також комп'ютерами, де встановлене відповідне програмне забезпечення для вирішення професійних завдань та підключення до мережі INTERNET. Спеціально обладнані апаратно-програмним забезпеченням,

	<p>наочними та методичними матеріалами центри розвитку компетентностей Інституту журналістики: Центр мультимедійних технологій, Інформаційно-аналітичний центр, НІМ «Грінченко-інформ», НВМ лабораторія радіомовлення, Центр сучасних комунікацій, НВМ «А-студія».</p> <p>Площі приміщень, що використовуються у навчальному процесі, відповідають вимогам доступності, санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки.</p> <p>Діють власні об'єкти соціально-побутової інфраструктури (їдальня, буфети, актові зали, спортивні зали, стадіон, спортивні майданчики, медичний пункт, басейн, гуртожитки).</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Офіційний веб-сайт Київського університету імені Бориса Грінченка https://kubg.edu.ua містить інформацію про освітню програму, навчальну, методичну, наукову діяльність, нормативні документи; інформаційні матеріали, які висвітлюють діяльність структурних підрозділів, задіяні в організації та здійсненні освітнього процесу.</p> <p>Освітній процес забезпечується навчально-методичними матеріалами з усіх дисциплін в друкованому та електронному форматах (ЕНК). Матеріали навчально-методичного забезпечення дисциплін викладені в Е-середовищі в системі Moodle, що надає можливість дистанційного навчання та самостійної роботи.</p> <p>Цифровий кампус Університету створює для здобувачів освіти зручні умови доступу до цифрової освіти, зокрема е-навчання, мобільного додатку для системи е-навчання, сервіси для організації занять онлайн (Google Meet (корпоративний), Google Chat, Google Hangouts, Google Classroom). Відеоінструкції для користувачів.</p> <p>Працює бібліотека, читальний зал забезпечено бездротовим доступом до мережі Інтернет, Інформаційні ресурси бібліотеки за освітньою програмою: формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі; надають можливість доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою (Web of Science, Scopus). Створено інституційний репозитарій, надані ресурси відкритого доступу</p>

II. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів ОП

Код освітнього компонента	Код (№ з/п) навчальної дисципліни, практики, атестації у навчальному плані	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти (ОК)				
ОК 1	ОД.01	Іноземна мова в професійному спілкуванні	4	іспит
ОК 2	ОД.02	Журналістські студії	4	залік
ОК 3	ОД.03	Захист інтелектуальної власності	4	залік
ОК 4	ОД.04	Методологія досліджень соціальних комунікацій	4	залік
ОК 5	ОД.05	Культура і комунікація	4	залік
ОК 6	ОД.06	Корпоративна комунікація	4	іспит
ОК 7	ОД.07	Сучасні digital-комунікації	4	іспит
ОК 8	ОД.08	Управління інформацією	4	іспит
ОК 9	ОД.09	Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності	4	іспит
ОК 10	ОД.10	Управління в рекламних та PR-структурах	4	іспит
ОК 11	ОД.11	Менеджмент телерадіокомунікацій	4	залік
ОК 12	ОП.01	Виробнича практика	17	залік
ОК 13	ОА.01	Підготовка і захист кваліфікаційної магістерської роботи	6	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів			67	
Вибіркові компоненти (ВК) освітньої програми (додаток 1)				
<i>Вибірковий блок 1</i>				
ВК 1	ВД 1.01	Дизайн студії	6	залік
ВК 2	ВД 1.02	Інновації в рекламі	6	залік
ВК 3	ВД 1.03	Друкована рекламна продукція	7	залік
ВК 4	ВД 1.04	Електронні рекламні видання	4	іспит
<i>разом</i>			23	
<i>Вибірковий блок 2</i>				
ВК 1	ВД 2.01	Журналістські стандарти та безпека професійної діяльності	6	залік
ВК 2	ВД 2.02	Сучасний медіатекст	7	залік
ВК 3	ВД 2.03	Мультимедійні проєкти	6	залік
ВК 4	ВД 2.04	Інновації в комунікаціях	4	іспит
<i>разом</i>			23	
<i>Вибірковий блок 3 - Вибір з каталогу курсів</i>				
ВК 1-4	ВД 3	Вибір освітніх компонентів з Каталогу курсів на відповідну кількість кредитів	23	заліки
<i>разом</i>			23	
Загальний обсяг вибіркових компонентів			23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

1 курс		2 курс
1 семестр	2 семестр	3 семестр
30 кр	34,5 кр	25,5 кр
Журналістські студії, 4 кр	Методологія досліджень соціальних комунікацій, 4 кр	
Захист інтелектуальної власності, 4 кр		
Іноземна мова в професійному спілкуванні, 4 кр		
Культура і комунікація, 4 кр	Корпоративна комунікація, 4 кр	
	Сучасні digital-комунікації, 4 кр	
Управління інформацією, 4 кр		
Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності, 4 кр	Менеджмент телерадіокомунікацій, 4 кр	
	Управління в рекламних та PR- структурах, 4 кр	
	Дисципліни за вибором	
	4 кр	19 кр
6 кр	Виробнича практика, 6 кр	5 кр
	Підготовка і захист кваліфікаційної магістерської роботи 4,5 кр	1,5 кр

	інформаційно-аналітична та дослідницька складова
	комунікаційно-технологічна складова
	організаційно управлінська складова

IV. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

Позначки програмних компетентностей та обов'язкових освітніх компонентів	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
ЗКУ-1	•	•											•
ЗКУ-2		•		•		•		•		•	•		•
ЗКУ-3						•			•			•	
ЗКУ-4	•				•	•		•	•	•	•		
ЗКУ-5			•					•		•	•		•
ЗКУ-6				•	•			•		•	•		•
ЗКУ-7		•										•	
ЗКУ-8			•				•		•			•	
ЗКУ-9				•								•	•
ЗКУ-10		•	•				•	•		•	•		
ФКУ-1		•		•	•				•	•			•
ФКУ-2		•						•	•		•	•	•
ФКУ-3						•				•	•	•	•
ФКУ-4									•	•	•	•	•
ФКУ-5						•		•		•	•	•	•
ФКУ-6						•		•		•	•	•	•
ФКУ-7						•	•		•	•		•	•
ФКУ-8		•			•	•			•			•	•
ФКУ-9									•	•		•	•
ФКУ-10				•		•			•	•	•	•	•
ФКУ-11		•			•		•			•		•	•
ФКУ-12							•			•		•	•
ФКУ-13	•									•	•	•	•

V. Матриця забезпечення результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

Позначки результатів навчання та обов'язкових освітніх компонентів	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
PHY-01	•	•											•
PHY-02		•		•		•		•		•	•		•
PHY-03						•			•			•	
PHY-04	•				•	•		•	•	•	•		
PHY-05			•					•		•	•		•
PHY-06				•	•			•		•	•		•
PHY-07		•										•	
PHY-08			•				•		•			•	
PHY-09				•									•
PHY-10		•	•				•	•		•	•		
PHY-11		•		•	•				•	•			•
PHY-12		•						•	•		•	•	•
PHY-13						•				•	•	•	•
PHY-14									•	•	•	•	•
PHY-15						•		•		•	•	•	•
PHY-16						•		•		•	•	•	•
PHY-17						•	•		•	•		•	•
PHY-18		•			•	•			•			•	•
PHY-19									•	•	•	•	•
PHY-20				•		•			•	•	•	•	•
PHY-21		•			•		•			•		•	•
PHY-22							•			•		•	•
PHY-23	•									•	•	•	•

ДОДАТОК 1 – ВИБІРКОВА ЧАСТИНА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Реалізація студентами права на вільний вибір навчальних дисциплін, передбаченого пунктом 15 частини першої статті 62 Закону України «Про вищу освіту» в Київському університеті імені Бориса Грінченка відбувається відповідно до Положення про порядок та умови здійснення вибору навчальних дисциплін студентами, затвердженого наказом Ректора від 25.11.2016 р. № 642.

1. Вибірковий блок 1

Вибір студентом навчальних дисциплін «Блок 1» створює умови для поглиблення професійних знань у межах обраної спеціальності (освітньої програми) та формування додаткових професійних компетентностей.

Вивчення дисциплін цього блоку спрямовано на поглиблення фахових компетентностей, пов'язаних зі застосування сучасних технологій надання рекламно-поліграфічних послуг, з урахуванням тенденцій сучасних дизайн-студій, інновацій в рекламі та процесів діджиталізації друкованого контенту на сучасному ринку.

Матриця відповідності програмних компетентностей
вибірковим компонентам блоку 1

	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4
ЗКУ-1		•	•	
ЗКУ-5	•	•		•
ЗКУ-7		•	•	•
ЗКУ-10	•	•	•	•
ФКУ-4		•	•	
ФКУ-8		•		•
ФКУ-11			•	
ФКУ-13	•	•		•

Матриця забезпечення результатів навчання відповідними
вибірковими компонентами блоку 1

	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4
РНУ-01		•	•	
РНУ-05	•	•		•
РНУ-07		•	•	•
РНУ-10	•	•	•	•
РНУ-14		•	•	
РНУ-18		•		•
РНУ-21			•	
РНУ-23	•	•		•

2. Вибірковий блок 2

Вибір студентом навчальних дисциплін «Блок 2» створює умови для поглиблення професійних знань у межах обраної спеціальності (освітньої програми) та формування додаткових професійних компетентностей.

Вивчення дисциплін цього блоку спрямовано на поглиблення фахових компетентностей, пов'язаних зі застосування журналістських стандартів та безпеки професійної діяльності, технік сучасного медіатексту, розроблення мультимедійних проєктів із застосуванням інновацій у комунікаціях.

Матриця відповідності програмних компетентностей
вибірковим компонентам блоку 2

	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4
ЗКУ-1	•	•		•
ЗКУ-2	•		•	•
ЗКУ-3		•	•	
ЗКУ-5		•	•	•
ФКУ-1	•	•		•
ФКУ-2			•	•
ФКУ-3				•
ФКУ-13		•	•	•

Матриця забезпечення результатів навчання відповідними
вибірковими компонентами блоку 2

	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4
РНУ-01	•	•		•
РНУ-02	•		•	•
РНУ-03		•	•	
РНУ-05		•	•	•
РНУ-11	•	•		•
РНУ-12			•	•
РНУ-13				•
РНУ-23		•	•	•

3. Вибірковий блок 3 - Вибір з каталогу курсів

Вибір дисциплін із переліку (каталогу курсів) з урахуванням власних потреб та інтересів щодо майбутньої фахової діяльності дозволяє студенту поглибити свої знання та здобути додаткові загальні і загально-професійні компетентності в межах споріднених спеціальностей і галузей знань, ознайомитись із сучасним рівнем наукових досліджень інших галузей знань, розширити або поглибити знання за загальними компетентностями.