

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Рішенням Вченої ради Київського
університету імені Бориса Грінченка
23 березня 2017 р., протокол № 3

Голова Вченої ради, ректор
Огнев'юк Віктор Олександрович



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

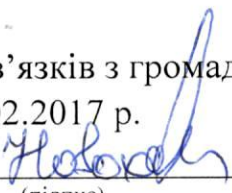
Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Кваліфікація:	Бакалавр журналістики

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

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми


Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 7 від 07.02.2017 р.


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

Вчена рада інституту журналістики

Протокол від «22» березня 2017 р. № 7

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

Науково-методичний центр стандартизації та якості освіти

Завідувач  (О.В. Леонтєва)
(підпис)

22.03. 2017 р.

Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

 (О.Б. Жильцов)
(підпис)

22.03. 2017 р.

ПЕРЕДМОВА

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

Горбенко Галина Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, директор Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка;

Белофастова Таїсія Юріна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка;

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

Рецензенти:

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

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

**1. Профіль освітньої програми
зі спеціальності 061 «Журналістика»**
(Освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»)

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	Бакалавр, бакалавр журналістики
Офіційна назва освітньої програми	061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Впровадження в 2017 році
Цикл/рівень	Перший (бакалаврський) рівень / 7 рівень НРК
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська (основна)
Термін дії освітньої програми	2022 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kubg.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Надати студентам освіту в галузі журналістики з широким доступом до працевлаштування; підготувати студентів для діяльності в сфері реклами і зв'язків з громадськістю, здатних забезпечити організаційно-управлінські, проектні, комунікаційні, рекламно-інформаційні, ринково-дослідні та прогностично-аналітичні функції; сформувати відповідні компетентності для подальшого навчання та розвитку.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<i>Об'єкти вивчення та/або діяльності:</i> - реклама і зв'язки з громадськістю в різних сферах застосування (державне управління, гуманітарна сфера суспільства, бізнес, політична сфера) <i>Цілі навчання:</i> застосування знань, умінь, навичок і комунікацій у професійній діяльності, продукування креативних ідей і впровадження через інноваційні проекти в комунікативний простір сучасного суспільства. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> основи журналістики та медіапланування; психологія та соціологія комунікацій; теорія реклами і PR; технології виробництва та розміщення рекламного продукту; реклама і зв'язки з громадськістю в сучасному суспільстві. <i>Методи, методики та технології:</i> - методи творчого та критичного мислення; методи збирання, аналізу, систематизації, інтерпретації та поширення інформації; - метод міждисциплінарного підходу до вирішення проблем;

	<p>- методики проблемного, проблемно-пошукового, діалогічного, інтерактивного навчання; інформаційні, програмні та комунікаційні технології;</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> комп'ютерні та мережеві програмовані пристрої; обладнання для здійснення відео-, фотозйомки, звукозапису.</p> <p><i>Співвідношення обсягів загальної і професійної складових та вибіркової частини:</i></p> <p>- загальні та спеціальні (фахові) компетентності за спеціальністю – 180 кредитів ЄКТС (75%);</p> <p>- вибіркова спеціалізація – 60 кредитів ЄКТС (25%), з них: дисципліни вільного вибору з каталогу – 20 кредитів ЄКТС.</p> <p><i>Частка навчальних та виробничих практик:</i> 35 кредитів ЄКТС (15%)</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Загальна світоглядна компонента – 9,6 % 2. Фахова компонента (включаючи практику) – 90,4 %: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Організаційно-управлінська – 15% ✓ Проектна – 25,6% ✓ Комунікаційна – 25,1% ✓ Рекламно-інформаційна – 24,7%
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в сфері реклами та зв'язків з громадськістю.
Особливості програми	Окремі фахові дисципліни програми викладаються англійською мовою. Посилена креативна, комунікаційна та організаційно-управлінська складова програми. Запропоновані спеціалізації за вибором «Сучасні івент-практики», «Digital продакшн»
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники спеціальності 061 Журналістика можуть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - працювати у прес-службах, відділах зв'язків з громадськістю органів державної влади та місцевого самоврядування, політичних партій, громадських рухів та організацій; - у рекламних агенціях, рекламно-інформаційних центрах, консалтингових агентствах, комунікаційних агентствах, маркетингових службах, digital-агентствах; івент-агентствах. - в засобах масової інформації; - у відділах реклами, маркетингу та зв'язків з громадськістю в бізнес-структурах, закладах соціально-культурної та дозвіллевої сфери.
Подальше навчання	На другому магістерському рівні вищої освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Ґрунтуються на принципах студентоцентризму та індивідуально-особистісного підходу; реалізуються через навчання на основі досліджень, посилення практичної орієнтованості та творчої спрямованості у формі комбінації лекцій, семінарських та практичних занять, самостійної навчальної й дослідницької роботи з використанням елементів дистанційного навчання, розв'язання прикладних задач, виконання проектів, навчальних та виробничих практик.

Оцінювання	Рейтингова система, що передбачає оцінювання студентів за всіма видами аудиторної та позааудиторної освітньої діяльності (поточний, підсумковий контроль); модульні контрольні роботи, екзамени, тестування, заліки, звіти про практику, письмові екзамени.	
6 – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність	Здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності	
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-1	Світоглядна. Наявність ціннісно-орієнтаційної позиції. Загальнокультурна ерудиція. Розуміння значущості історичного досвіду людства для власного розвитку. Розуміння сутності й суспільної значущості майбутньої професії. Збереження національних духовних традицій. Розуміння переваг здорового способу життя та прийняття їх як власних цінностей.
	ЗК-2	Критичне мислення. Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання задачі з урахуванням контексту.
	ЗК-3	Громадянська. Здатність до реалізації прав і обов'язків громадянина України. Здатність розуміти цінності життя та створювати умови для їх збереження. Здатність робити свідомий соціальний вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень. Повага до Батьківщини, народу, держави, її символіки, традицій, мови. Уміння діяти з соціальною відповідальністю та громадською свідомістю.
	ЗК-4	Науково-дослідницька. Здатність виконувати навчально-дослідні завдання на основі аналітико-синтетичної мисленнєвої діяльності. Володіння науково-дослідними методами відповідно до фахового спрямування. Інтелектуальна чесність. Здатність до нестандартних рішень типових задач і розв'язання нестандартних завдань.
	ЗК-5	Самоосвітня. Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху
	ЗК-6	Емоційний інтелект та емоційна компетентність. Усвідомлення власного емоційного стану, самоконтроль і саморегуляція; самоповага і впевненість; уміння долати труднощі, стійкість до стресів; загальний оптимістичний настрій, ініціативність, налаштованість на позитивний результат.
	ЗК-7	Міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.

Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК-1	Когнітивно-професійна. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. Здатність оцінювати отримані знання з погляду можливості їх застосування у професійній діяльності. Здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.
	ФК-2	Інформаційна. Здатність створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати. Здатність застосовувати традиційні та сучасні інформаційні технології у професійній діяльності. Знання специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Здатність до ефективного обрання медіаресурсів (телебачення, радіо, преса, зовнішня реклама, інтернет). Можливості складання та компанування медіаплану. Уміння комбінувати всі види медіабаїнгу для досягнення оптимального результату рекламної та PR-кампаній.
	ФК-3	Комунікативна. Здатність до письмової та усної комунікації рідною мовою; культура мовлення. Готовність до професійного спілкування іноземною мовою. Здатність до пояснення й переконання. Сформованість власного стилю спілкування. Вільне оперування засобами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки тощо). Культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність. Здатність до публічної діяльності. Уміння застосовувати технології формування громадської думки. Уміння розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології.
	ФК-4	Управлінська. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність. Розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль), володіння технологіями самоменеджменту. Уміння планувати, упроваджувати та супроводжувати рекламні та PR-кампанії, розроблені для державних організацій, комерційних структур, неурядових (некомерційних) об'єднань. Володіння методиками оцінки ефективності рекламної та PR-діяльності. Можливість застосування методик ведення ефективних переговорів в галузі реклами та PR. Знання інструментарію управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій. Уміння проводити оцінку стану репутації компаній.
	ФК-5	Аналітико-прогностична. Здатність проводити дослідження для ефективного просування медійного продукту. Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного ринку. Уміння проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Здатність передбачити тенденції та перспективи розвитку рекламного та PR-бізнесу в умовах глобалізації та світової трансформації. Можливість прогнозувати репутаційні ризики і розробляти плани антикризових заходів.

	ФК-6	Проектна. Здатність організувати й проводити професійну діяльність у сфері соціальних комунікацій. Обізнаність в особливостях проектної діяльності, готовність до її реалізації. Знання сутності брендингу, неймінгу, іміджевих технологій. Володіння інформацією щодо концепцій створення фірмового стилю, можливостей розробки неймінгу. Уміння застосовувати технології розробки стратегії (місії, слогану, унікальності тощо) для комерційних і некомерційних організацій, оцінки її ефективності та потенціалу. Уміння створювати ефективні інформаційні приводи. Можливість розробки та написання сценаріїв комунікаційних заходів. Уміння супроводжувати комунікаційні заходи.
	ФК-7	Технологічна. Здатність формувати інформаційний контент. Володіння професійними технологіями. Знання SMM-менеджменту. Можливість використовувати відповідне програмне забезпечення в професійній діяльності і приватному житті. Володіння практичними засадами копірайтингу. Уміння виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи). Можливість моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.
Додаткові фахові компетентності спеціалізацій	ДФК-1	Для спеціалізації «Сучасні івент-практики». Знання основ івентології. Володіння креативними технологіями в організації й проведенні спеціальних заходів, сценарною майстерністю, режисурою постановки різних форм event-практик
	ДФК-2	Для спеціалізації «Digital продакшн». Знання основ digital індустрії, здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіння 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.
7 – Програмні результати навчання		
	ПРН-1	Демонструвати спроможність комплексно розв'язувати проблему, усвідомлювати норми моралі і гідності у професійній діяльності. Дотримуватися норм етики та гідності, керуватися професійними стандартами.
	ПРН-2	Оцінювати критично отриману інформацію, застосовуючи закони логіки, аргументувати власну позицію, продукувати нестандартні ідеї для вирішення проблеми чи виконання завдання.
	ПРН-3	Здатність виявляти активну громадянську та життєву позицію, нести соціальну відповідальність на особистісному й професійному рівнях., усвідомлювати цінності життя.
	ПРН-4	Аналізувати, систематизувати та використовувати наукову і навчально-методичну інформацію Володіти основними методами, методиками наукового пізнання, дотримуватися інтелектуальної доброчесності.

ПРН-5	Демонструвати готовність до навчання впродовж життя, здатність до самоствіти і саморозвитку.
ПРН-6	Управляти емоційним інтелектом, володіти методиками самоконтролю, засвоювати культурні сценарії емоційної поведінки відповідно до соціальної ролі особистості.
ПРН-7	Демонструвати спроможність ефективно працювати в команді. Координувати виконання завдання із завданнями колег.
ПРН-8	Демонструвати когнітивну гнучкість та адаптацію при взаємодії з іншими, здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.
ПРН-9	Використовувати сучасні інформаційні технології у професійній діяльності, спиратися на знання процесів розвитку та функціонування українських та зарубіжних медіа систем, специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Обирати медіаресурси. Комбінувати всі види медіабайнгу.
ПРН-10	Використовувати державну мову у професійній діяльності. Використовувати іноземну мову у професійній діяльності. Застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології, формувати власний стиль спілкування і публічних виступів. Демонструвати високий стиль культури мовлення, комунікабельність, толерантність. Застосувати технології ведення ефективних переговорів в галузі реклами та PR.
ПРН-11	Використовувати алгоритм менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, координація, контроль), самоменеджменту в сфері зв'язків з громадськістю та реклами. Планувати, впроваджувати та супроводжувати рекламні та PR-кампанії, розроблені для державних організацій, комерційних структур, неурядових (некомерційних) об'єднань, оцінювати їх ефективність. Застосовувати методики з оцінки стану репутації компаній, інструментарію управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій.
ПРН-12	Здійснювати аналітико-прогностичну діяльність. Виявляти тенденції рекламного та PR-бізнесу, передбачати перспективи подальшого їх розвитку. Проводити прикладні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Прогнозувати репутаційні ризики й розробляти план антикризових заходів.
ПРН-13	Створювати рекламні та PR проекти на основі творчих методик з розробки нових ідей. Володіти технологіями брендингу, неймінгу. Застосовувати іміджеві технології у

		рекламній та PR-діяльності, здійснювати консалтинг з питань іміджмейкінгу.
	ПРН-14	Використовувати IT-технологій та SMM-менеджмент у професійній діяльності. Володіти копірайтингом. Створювати рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи). Моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.
Додаткові програмні результати навчання	ДПРН-1	<i>Для спеціалізації «Сучасні івент-практики».</i> Знати основи івентології. Володіти креативними технологіями в організації і проведенні спеціальних заходів, event-практик. Розробляти сценарії комунікаційних заходів, організовувати внутрішню комунікацію, планувати проведення заходів, розробляти алгоритми їх впровадження та матриці відповідальності за проведення заходів.
	ДПРН-2	<i>Для спеціалізації «Digital продакшн».</i> Знати основи digital індустрії, формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіти 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну. Виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи) з елементами візуалізації.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми		
Кадрове забезпечення	Професорсько-викладацький склад відповідає ліцензійним та акредитаційним вимогам.	
Матеріально-технічне забезпечення	Спеціально обладнані апаратно-програмним забезпеченням, наочними та методичними матеріалами центри розвитку компетентностей: центр мультимедійних технологій, навчально-виробнича майстерня тележурналістики, навчально-виробнича майстерня «Грінченко-інформ».	
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Бібліотечні друковані та 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	Університет Жирони (Жирона, Іспанія) Академія Яна Длугоша (Ченстохова, Польща)	
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти		

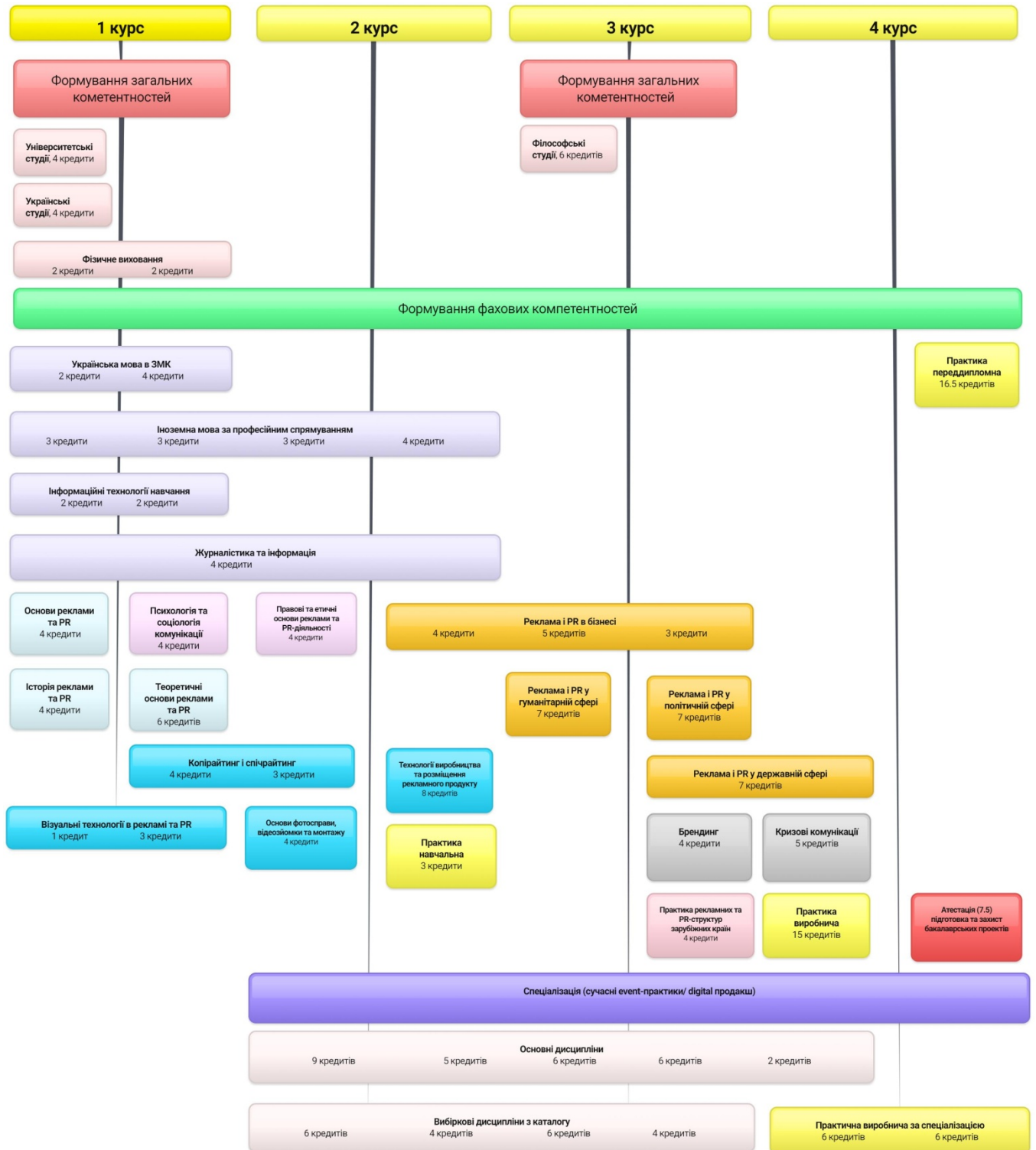
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

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
Обов'язкові компоненти ОП			
<i>Формування загальних компетентностей</i>			
ОДЗ.01	Університетські студії	4	залік
ОДЗ.02	Українські студії	4	іспит
ОДЗ.03	Філософські студії	6	іспит
ОДЗ.04	Фізичне виховання	4	залік
<i>Формування фахових компетентностей</i>			
ОДФ.01	Українська мова в ЗМК	6	іспит
ОДФ.02	Іноземна мова за професійним спрямуванням	13	залік, іспит
ОДФ.03	Інформаційні технології навчання	4	залік
ОДФ.04	Журналістика та інформація	9	залік
ОДФ.05	Психологія та соціологія комунікації	4	залік
ОДФ.06	Основи реклами та PR	4	іспит
ОДФ.07	Історія реклами та PR	4	залік
ОДФ.08	Теоретичні основи реклами та PR	6	іспит
ОДФ.09	Копірайтинг і спічрайтинг	7	іспит
ОДФ.10	Правові та етичні основи рекламної і PR-діяльності	4	іспит
ОДФ.11	Візуальні засоби в рекламі та PR	4	залік
ОДФ.12	Основи фотосправи, відеозйомки та монтажу	4	залік
ОДФ.13	Технології виробництва та розміщення рекламного продукту	8	іспит
ОДФ.14	Реклама і PR в бізнесі	12	залік, іспит
ОДФ.15	Реклама і PR у гуманітарній сфері	7	іспит
ОДФ.16	Реклама і PR у політичній сфері	7	іспит
ОДФ.17	Реклама та PR у державній сфері	4	іспит
ОДФ.18	Брендинг	4	залік
ОДФ.19	Кризові комунікації	5	іспит
ОДФ.20	Практика рекламних та PR структур зарубіжних країн	4	залік
Всього теоретичне навчання		138	-
<i>Практика</i>			
ОП.1	Навчальна	3	залік
ОП.2	Виробнича	15	залік
ОП.3	Переддипломна	16,5	залік
Всього практика		34,5	-
<i>Атестація</i>			
ОА.1	Підготовка бакалаврського проекту	6	
ОА.2	Захист бакалаврського проекту	1,5	
Всього атестація		7,5	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Вибіркові компоненти ОП			
<i>Вибірковий блок 1 (спеціалізація «Сучасні івент практики»)</i>			
ВДС.1.01	Основи івентології	8	іспит

ВДС.1.02	Основи сценарної майстерності та режисури	5	залік
ВДС.1.03	Event практики	15	залік, іспит
Практика			
ВП.1.01	Виробнича (за спеціалізацію)	12	залік, залік
ВД.1	Вибір каталогу дисциплін	20	заліки
Всього за спеціалізацією		60	
<i>Вибірковий блок 2 (спеціалізація «Digital продакшн»)</i>			
ВДС.2.01	Основи digital індустрії	8	іспит
ВДС.2.02	Графічні технології	5	залік
ВДС.2.03	Рекламні та PR технології у Digital просторі	15	залік, іспит
Всього за спеціалізацією		60	
Практика			
ВП.2.01	Виробнича (за спеціалізацію)	12	залік, залік
ВД.2	Вибір каталогу дисциплін	20	заліки
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОП



created with www.bubbl.us

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 061 «Журналістика» проводиться у формі захисту бакалаврського проекту і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням бакалавр журналістики та професійної кваліфікації: рекламист, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

