

## Інституту журналістики за 2018 рік Додаток до звіту ректора за 2018 р.

### I. Вступ. Рейтинг та імідж інституту. Співпраця.

За результатами вступної кампанії 2018 року було проведено моніторинг популярності спеціальностей Інституту журналістики серед вступників та місця Університету серед інших Університетів, що забезпечують підготовку зі спеціальності Журналістика та Інформаційна, бібліотечна та архівна справа. За кількістю поданих заяв на освітні програми Реклама і зв'язки з громадськістю, Видавнича справа та редагування, Журналістика спеціальності Журналістика Університет Грінченка знаходиться на 1 місці. За кількістю 2 та 3 пріоритетів серед поданих заяв на освітні програми Реклама і зв'язки з громадськістю, Видавнича справа та редагування, Журналістика спеціальності Журналістика Університет Грінченка знаходиться на 1 місці, а за кількістю 1 пріоритету на 3 місці. За конкурсом на місця державного замовлення на освітні програми Реклама і зв'язки з громадськістю, Видавнича справа та редагування, Журналістика спеціальності Журналістика Університет Грінченка знаходиться на 2 місці. За конкурсом на одне місце на освітні програми Реклама і зв'язки з громадськістю, Видавнича справа та редагування, Журналістика спеціальності Журналістика Університет Грінченка знаходиться на 1 місці. За кількістю поданих заяв на спеціальність Інформаційна, бібліотечна та архівна справа Університет Грінченка знаходиться на 4 місці. За конкурсом на одне місце спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа Університет Грінченка знаходиться на 1 місці. За результатами моніторингу можна зробити висновки що за впізнаваністю університету та популярності спеціальності Журналістика Університет Грінченка займає лідируючу позицію в Україні.

Протягом 2018 року колективом Інституту журналістики було організовано та проведено низку заходів, які підвищили впізнаваність Університету в системі освіти Києва та України.

Таблиця 1, Іміджеві освітні заходи та проекти за 2018 рік

Назва	Термін проведення	Охоплення аудиторії	Публікації у ЗМІ та соцмережах (медіа активність)	Примітка
Програма «Менеджер з соціальних медіа (SMM-просування)»	Квітень-грудень 2018	21 учасник, охоплення: понад 2 тисячі	50 публікацій у соціальних мережах	В рамках угоди з Київським міським центром зайнятості надання послуг з професійного навчання
Соціальний проект — <a href="#">«Слухай. Бібліотека аудіокниг українською</a>	Протягом року	Охоплення: понад 10 тисяч	32 публікації у ЗМІ	Онлайн-бібліотека аудіокниг класичної української прози та поезії, що входять до шкільної програми, а

<a href="#">МОВОЮ».</a>				також творів відомих сучасників із їх авторським начитуванням
Проект «Медіашкола Університету Грінченка»	Протягом року	20 учасників, охоплення: понад 700 школярів	210 публікацій у соціальних мережах	Проект спрямований на забезпечення якісної медіаосвіти в Україні з урахуванням світового досвіду, підвищення кваліфікації у сфері соціальних комунікацій.
<a href="#">Мультимедійний проект СловОпис</a>	Протягом року	60 тисяч підписників	8 публікацій у ЗМІ	Проект з популяризації та розвитку української мови
Медіа-проект <a href="#">«Початкова школа: освіта для життя».</a>	Протягом першого півріччя	Охоплення: 2319	50 публікацій у соціальних мережах	Створення серії відеороликів для популяризації освітнього проекту
Всеукраїнський форум «Бренд освітньої установи: від задуму до популярності»	Березень 2018	100 учасників; охоплення: понад 1 тисячу	7 публікацій у ЗМІ	Надати освітянам знання щодо створення бренду освітньої установи, висвітлення її діяльності та просування
III Міжнародний HR Форум	Травень 2018	60 учасників	14 публікацій у ЗМІ і соціальних мережах	Мета форуму – налагодження двосторонньої комунікації між роботодавцями та випускниками
Співпраця з ТОВ «Аграрний Медіа Холдинг»	Березень-червень 2018	6 015 130 контактів з аудиторією		Розміщення профорієнтаційного ролику в потягах Інтерсіті та Інтерсіті +
<a href="#">Мультимедійний проект «Живе місто»</a>	Протягом року	1793 підписники	5 публікацій у ЗМІ	Проект віртуальних екскурсій Києвом, реалізований студентами та викладачами Університету Грінченка

Проект <a href="#">«Київ – Всесвітня книжкова столиця»</a>	Протягом року	Охоплення: понад 2 тисячі	22 публікації у ЗМІ і соціальних мережах	Головне завдання проекту – заохотити сучасних молодих людей до активного спілкування з книгою, довести, що читати книгу знову стає престижним та елітним захопленням. Це світова тенденція, де Київ має виступати на рівних
Медіа проект <a href="#">Вступна кампанія 2018</a>	Протягом року	Охоплення: 15601	Понад 20 публікацій у соціальних мережах	Проект з популяризації освітніх програм бакалаврського та магістерського рівня вищої освіти

Загалом за звітний період проведено 8 заходів освітнього спрямування під брендом Університету. Охоплення аудиторії – 6110744 контактів, загальна кількість публікацій у ЗМІ та соціальних мережах – 418.

Інститут журналістики веде активну роботу із забезпечення кадрами бібліотек освітніх закладів м. Києва. Випускники та студенти спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа працюють за спеціальністю в таких освітніх закладах: Київський університет імені Бориса Грінченка, НМАУ ім. П. І. Чайковського, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая, Гімназія «Міленіум», школи I-III ступенів №214, №223, №263, №321, №203 м. Київ.

Також важливою оцінкою фахової підготовки є працевлаштування випускників спеціальності Журналістика у Київській міській державній адміністрації, Міністерстві інформаційної політики, Національному антикорупційному бюро України, міжнародній компанії Konica Minolta Ukraine, у виданні «Крим.Реаліі», на Новому каналі, телеканалі UA: Перший, телеканалі «Київ», телеканалі «112 Україна», телеканалі «Україна», НМЦ інформаційно-рекламної та профорієнтаційної діяльності Університету Грінченка, студії «StarLadder». Інститут постійно отримує схвальні відгуки від роботодавців завдяки високому фаховому рівню наших випускників. Також після проходження практики студентами Інститут отримує подяки від керівників баз практики.

Інститут журналістики активно співпрацює з роботодавцями, які долучаються до розробки освітніх програм, а також є членами екзаменаційних комісій із захисту випускових робіт студентів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти. Також ведеться тісна співпраця із громадськими об'єднаннями фахівців. А саме колектив Інституту веде активну співпрацю із Всеукраїнською рекламною коаліцією; Українською асоціацією

видавців та книгорозповсюджувачів; Українською бібліотечною асоціацією; Національною спілкою журналістів України.

Результатом співпраці є організація та проведення студентських конференцій, круглих столів із залученням роботодавців та представників асоціацій, членство кращих студентів у Національній спілці журналістів, проходження практики, участь студентів у знакових професійних заходах: «Форум креативних індустрій»; «Ukrainian Design: The Very Best Of»; учать студентів в організації професійних заходів: «Ніч рекламожерів»; «Київський міжнародний фестиваль реклами», безліч гостьових майстер-класів та лекцій від кращих фахівців України, поїздки студентів на Канські леви у Францію, а головне – працевлаштування випускників. Ще одним важливим результатом є створення та успішна реалізація таких спільних проєктів: «Київ – всесвітня книжкова столиця», «Молодіжна секція УБА», створення інклюзивної літератури, «День журналіста України: зв'язок поколінь», круглий стіл «Спортивна журналістика як покликання». Спільно з Українською асоціацією видавців та книгорозповсюджувачів було проведено круглий стіл «Актуальні питання підготовки фахівців з видавничої справи та редагування».

Підтвердженням якості журналістської освіти в Університеті Грінченка є результати незалежного зовнішнього аудиту, проведеного ГО «Детектор медіа». Відповідно до проведеного моніторингу в Інституті журналістики частка професійно-орієнтованих дисциплін у навчальному плані бакалаврських програм становить 76% від загального обсягу навчальних годин, що є найбільшим показником серед досліджених ЗВО. Також в Інституті пройшло найбільше гостьових лекцій за 2017-2018 рік серед опитаних університетів. За обсягом практики і стажувань на бакалаврській та магістерській програмі «Журналістика» Інститут журналістики знаходиться на 2 місці, а на магістерській програмі «Медіа-комунікації» на 1 місці серед інших ЗВО.

У серпні 2018 року між Інститутом журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка та лабораторією психології масової комунікації та медіа-освіти Інституту соціальної та політичної психології НАН України було ухвалено рішення про співпрацю, у якому визначено основні напрями взаємодії, такі як інформаційна, наукова, навчальна, методична. Результатами співпраці є анонсування медіа-освітніх заходів Інституту журналістики, включення їх до [медіа-календаря](#) лабораторії, участь викладачів і студентів у II Всеукраїнській інноваційній інтернет-конференції «Розвиток медіапсихології та медіаосвіти України».

У жовтні 2018 року відбулася онлайн-конференція, ініціаторами якої стали викладачі та студенти Інституту журналістики та співробітники лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти «SMART-місто – ЖИВЕ МІСТО». Під час онлайн-конференції грінченківці представили проєкти – «ЖИВЕ МІСТО. Київ», «Віртуальна медіалабораторія. Дискурс сучасного міста», «Медіашкола» та конкурс журналістської творчості для старшокласників «Нові в медіа». Онлайн-конференцію дивилися учні та вчителі 250 осередків медіа-освіти на території всієї України.

Також у серпні 2018 року НВМ тележурналістики Інституту журналістики було створено медіа-продукти для Департаменту освіти та науки виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) до Серпневої конференції педагогічних працівників Києва.

Під брендом Університету Грінченка було видано «Слов'янське термінознавство кінця ХХ – початку ХХІ століть»: колективна монографія членів Термінологічної комісії при Міжнародному комітеті славистів / науковий редактор В.Л. Іващенко. – К. : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2018. – 590 с. Примірники монографії було розіслано у 18 бібліотек до 8 країн світу.

## II. Лідерство та розвиток персоналу і корпоративна культура

Питання лідерства, корпоративної культури та розвитку персоналу було одним із пріоритетних завдань Інституту журналістики у 2018 році. Інститут журналістики постійно здійснює практичні кроки щодо імплементації Декларації про дотримання Кодексу корпоративної культури.

Протягом 2018 року співробітниками Інституту було проведено інструктування студентів першого курсу та нових співробітників щодо профілактики корупції.

У 2018 році посилюється якісний склад науково-педагогічних працівників за рахунок збільшення кількості штатних докторів та кандидатів наук.

Таблиця 2, Якісний склад науково-педагогічних працівників

	Штатні НПП		НПП, що працюють за сумісництвом	
	2017	2018	2017	2018
Кількість докторів наук	5	6	3	5
Кількість кандидатів наук	27	32	12	9
Кількість Заслужених журналістів України	6	6	-	-

За результатами оцінювання 2018 року викладачів Інституту журналістики студентами: 60% викладачів є лідерами, 32% викладачів перебувають у середині рейтингу та 8% викладачів отримали оцінку меншу 4,0 та знаходяться у нижній частині рейтингу.

Відповідно до рейтингового оцінювання професійної діяльності науково-педагогічних та наукових працівників «Лідер року-2018» 31% викладачів знаходяться у верхній частині рейтингу, 46% викладачів перебувають у середині рейтингу та 23% знаходяться у нижній частині рейтингу.

За 2018 рік, відповідно до затвердженого плану підвищення кваліфікації, стажування пройшли загалом 30 співробітників: за фаховим модулем – 14 працівників, за модулем з ІКТ – 10 працівників; за дослідницьким модулем – 2 працівники, за лідерським модулем – 4 працівники.

В рамках реалізації соціального проекту «З Києвом і для Києва» активно здійснюється мультимедійний проект «Живе місто». Ініціативу студентів

кафедри видавничої справи під керівництвом Осмоловської О. А. щодо отримання Києвом статусу ЮНЕСКО «Всесвітня книжкова столиця – 2022» включено до [Комплексної міської цільової програми «Столична культура: 2019–2021 роки»](#).

Протягом 2018 року в Інституті журналістики було організовано та проведено науково-практичні семінари: «Професійна підготовка фахівців медіа-сфери в поліфункціональному освітньому середовищі», 30 жовтня 2018 року, «Сучасне медіазнавство: теорія і практика», 18 грудня 2018 року.

Перспективними завданнями на 2019 рік є забезпечення професійного зростання науково-педагогічних і наукових працівників через участь у програмах академічної мобільності, систематична робота щодо покращення якісного складу науково-педагогічних працівників.

### III. Уроки та завдання з упровадження Нової освітньої стратегії

Нова освітня стратегія Університету реалізується шляхом створення Центрів практичних компетенцій, зміною навчальних планів у бік зменшення лекцій та збільшення практичних занять, більш ретельним підходом до організації практики та відбору баз для проходження практики. Загалом впроваджується практико-орієнтоване навчання. За звітний період студенти-першокурсники активно працювали у Центрі ефірного та цифрового радіомовлення, НВМ тележурналістики, НВМ «Грінченко інформ», Прес-центрі, Центрі мультимедійних технологій. У червні 2018 року було обладнано Інформаційно-аналітичний центр.

Загалом з моменту запровадження Нової освітньої стратегії студентами першого та другого курсу Інституту журналістики було створено низку проектів, серед яких:

Таблиця 3, Реалізація Нової освітньої стратегії

Центр практичних компетенцій	Продукт	Керівник
Центр мультимедійних технологій	Анімаційні навчальні роликів до курсу «Основи реклами» (21 ролик)	Горбенко Г. В., Нетреба М. М.
	Студентська редакція газети Академії наук вищої освіти України «Академія»	Шпак В. І.
	Проект «Київ – всесвітня книжкова столиця»	Осмоловська О. А.
	Відеоуроки до навчального посібника з основ редагування	Вернигора Н. М.
	Пакет акцидентної продукції (3 продукти: візитівка, плакат, закладка)	Женченко І. В.
Центр цифрового та ефірного радіомовлення	Запис медійних продуктів (89 аудіороликів)	Южда Г. Г.
	2 майстер-класи	Южда Г. Г.
НВМ «Грінченко-інформ»	Різноманітні студентські публікації, у тому числі молодіжна редакція Teen Team (220 публікацій)	Ясиновський В. К.
Прес-центр	Цикл навчальних прес-конференцій	Новохатько Л. М.
	Фестиваль анімаційної реклами	Горбенко Г. В.,

		Нетреба М. М.
<b>НВМ тележурналістики</b>	Контент для проектів студії СловОпис, Живе місто, Комуникабель, «Пригоди на п'яту точку»	Ангелова М. С.; Куцай Т. І.

В грудні 2018 року було успішно проведено акредитаційні експертизи освітніх програм Журналістика, Реклама і зв'язки з громадськістю, Видавнича справа та редагування, Медіа-комунікації спеціальності 061 Журналістика за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

В рамках практичних занять із дисципліни «Соціальна реклама» було створено та реалізовано проект соціальної реклами для Департаменту охорони здоров'я КМДА про вибір сімейного лікаря.

Важливою складовою сучасного освітнього процесу є використання електронних навчальних курсів. Протягом 2018 року у навчальному процесі використовувались 92 електронні навчальні курси. Сертифіковано 2 ЕНК: «Інформаційно-аналітична діяльність», «Поліграфія». Сім навчальних курсів викладаються 50/50.

Також було створено та наповнено студентське [портфоліо](#) – 168 студентських профілів.

В Інституті продовжується плідна співпраця із базами практики. Особливо важливим для набуття практичних навичок та умінь майбутніми спеціалістами є підписання договорів із такими організаціями: ПАТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України»; Центр журналістських розслідувань; ТОВ «Аграрний Медіа Холдинг»; ТОВ «Видавничий центр «12»; Київська організація національної спілки журналістів; Українське інформаційне агентство «Укрінформ»; Національна бібліотека імені Ярослава Мудрого; Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України; ДП «Редакція газети «Голос України»; Верховна рада України.

Важливим показником ефективності впровадження Нової освітньої стратегії є великий конкурс та високий рейтинговий бал нинішніх вступників.

Таблиця 4, Середній бал, I курс

Спеціальність	Рейтинговий бал, бюджетна форма навчання	Рейтинговий бал, контрактна форма навчання
Реклама і зв'язки з громадськістю	185,7	173,6
Журналістика	182,6	167,9
Видавнича справа та редагування	185,6	159,2
Інформаційна, бібліотечна та архівна справа	168,06	142,1
<b>Журналістика (загалом)</b>	<b>184,7</b>	<b>166,9</b>

Задля покращення комунікації зі студентами було створено канал Інституту в Telegram, де розміщується інформація про розклад, анонси та події Інституту, нові вакансії, важливі оголошення тощо.

Пріоритетними завданнями на 2019 рік є розробка та впровадження нових освітніх програм, що відповідають запитам та трендам сучасної журналістики, залучення до експертизи якості освіти європейських партнерів.

#### **IV. Надбання і проблеми наукових досліджень та розвитку науки в університеті**

Протягом 2016-2018 років колектив Інституту журналістики працював над реалізацією наукової теми «Фундаменталізація професійної підготовки фахівців із журналістики». Нині Інститут розпочав роботу над розробкою нових тем: «Професійна підготовка фахівців медіа-сфери в поліфункціональному освітньому середовищі»; «Сучасне медіазнавство: теорія і практика».

За звітний період в Інституті журналістики було видано 2 колективні монографії, 1 словник, 1 матеріал конференції, 73 статті, серед яких статті у виданнях, що входять до наукометричних баз, окрім Scopus та Web of Science – 4; статті в українських фахових виданнях – 25; статті в закордонних виданнях – 3; інші публікації (тези доповідей, матеріали конференцій, рецензії) – 40. Подано до друку 1 колективну статтю у Web of Science, журнал «Психолінгвістика». Написано та опубліковано 1 навчальний посібник. У 2018 р. було заплановано 2 випуски журналу «Інтегровані комунікації» (вип. 5 і 6), які подано до друку. Здійснено наповнення україномовної та англійської електронних версій вип. 1 і 2, україномовної версії вип. 3.

За 2018 рік колективом Інституту журналістики було організовано та проведено наукові, науково-освітні заходи: усього 4 міжнародні наукові конференції, 1 міжнародний тематичний блок, 2 засідання на міжнародному симпозиумі, 1 міжнародний форум, 1 всеукраїнський форум, 1 всеукраїнську наукову конференцію, 1 круглий стіл, 2 науково-практичні семінари.

Університет Грінченка на 2018-2020 рр. обрано базовим закладом вищої освіти для проведення II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Журналістика», організатором якого є Інститут журналістики.

За звітний період було подано 5 колективних заявок на отримання грантів. Було зареєстровано 1 авторське право на твір та отримано відповідне свідоцтво.

До наукової діяльності Інституту журналістики активно долучались студенти. Загальна кількість студентських наукових публікацій за 2018 рік – 90, з-поміж яких: 8 публікацій у журналі «Інтегровані комунікації» та 1 публікація в закордонному виданні.

Вагомим надбанням студентської наукової діяльності є 3 перемоги студентів у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт та 2 перемоги у II турі Всеукраїнської студентської олімпіади. В Інституті журналістики активно працює 4 студентських наукових гуртки.

Основними завданнями на 2019 рік в Інституті журналістики є підвищити публікаційну активність викладачів у виданнях, що індексуються «Scopus» та «Web of Science»; реалізовувати нову наукову тему Інституту; активізувати



академічну мобільність викладачів та студентів; збільшити кількість партнерських зв'язків із зарубіжними Університетами та активізувати роботу в межах діючих угод.

## **V. Соціо-культурний вимір та спортивний вимір університетського життя**

У 2018 році Інститут журналістики продовжив соціальний проект «З Києвом і для Києва». Також студенти Інституту журналістики були задіяні у волонтерських та благодійних заходах: Весняна толока в парку «Наталка», «Молода коронація слова», Пробіг під каштанами, благодійна акція на підтримку захоплених моряків.

Інститут журналістики провів власні та взяв участь в організації університетських іміджевих заходів, що сприяло підвищенню рівня впізнаваності Університету: Конкурс журналістської творчості «Нові в медіа»; Всеукраїнський форум «Бренд освітньої установи: від задуму до популярності»; Всеукраїнський фестиваль буктрейлерів і промороликів «Book fashion»; Міжнародний фестиваль реклами «Scotch Fest»; Всеукраїнський фестиваль блогерів «Smart Blog»; Всеукраїнський фотоконкурс «Країна змін»; Конкурс із соціальних комунікацій «Перший раз в PR-клас»; Конференція, присвячена Дню рекламіста України – «REX-2018: очима студентів»; Презентація перекладів творів Чингіза Айтматова за участю Надзвичайного і Повноважного Посла Киргизької Республіки в Україні Ж.Ш. Шаріпова.

Таблиця 5, Аналітика участі студентів у соціально-гуманітарних заходах

Вид діяльності	Кількість задіяних студентів	% від загальної кількості студентів стаціонару
Проекти популяризації української мови	250	32%
Гуртки, студії, секції	170	21%
Лідерські програми	48	6%
Вибори органів студентського самоврядування	225	28%
Робота органів студентського врядування	85	10,5%
Соціальний проект «З Києвом і для Києва»	175	22%
Волонтерські та благодійні акції	170	21%
Спортивні змагання	2	0,25%
Іміджеві та профорієнтаційні заходи	642	82%

Таблиця 6, Аналіз соціальних категорій студентів

№	Соціальна категорія	Загальна кількість	Нарахування соціальної стипендії	Призначено соціальну стипендію	Примітки
1.	Багатодітна родина	1	-	-	контракт - 1
2.	Внутрішньо переміщена особа	15	6	-	контракт - 9
3.	Дитина загиблого учасника бойових дій	1	1	-	-
4.	Дитина учасника бойових дій	21	13	4	контракт - 4

5.	Діти та особи, які постраждали від Чорнобильської катастрофи	1	1	-	-
6.	Діти та особи з інвалідністю	16	13	2	контракт - 1
7.	Діти-сироти та позбавлені батьківського піклування	8	8	-	-
<b>Загалом</b>		<b>63</b>			

Іногородні студенти Інституту журналістики, які належать до соціальних категорій, забезпечені місцями в гуртожитках Університету Грінченка та гуртожитках партнерів. Також в Інституті створені умови для психологічної підтримки студентів соціальних категорій.

Студенти Інституту журналістики беруть активну участь у спортивному житті Університету. Вони є членами Футбольної команди Університету та команди Київського університету імені Бориса Грінченка з жіночого футболу.

Особливим досягненням Інституту журналістики є перемоги студентів у конкурсах та фестивалях всеукраїнського та міжнародного рівнів. Так, наприклад, студенти Інституту журналістики здобули перемогу у номінаціях «Кращий студент-дизайнер Києва», «Кращий студент-громадський діяч Києва» у Конкурсі кращий студент Києва; Мала Пулітцерівська премія, Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» – студенти здобули 7 перемог. Загалом студенти Інституту журналістики здобули 11 перемог на Міжнародних фестивалях та 20 перемог на Всеукраїнських фестивалях та конкурсах.

Студенти та викладачі активно долучились до проведення Грінченківської декади. Було проведено 3 майстер-класи та організовано висвітлення подій у проєкті [«Новини Грінченківської декади»](#).

Студенти Інституту журналістики щороку активно беруть участь у Конкурсі «Словник Бориса Грінченка та сучасність» на кращу інтерпретацію слів зі Словника Бориса Грінченка. У 2018 році на підготовчому етапі першокурсники додали до електронної бази даних понад 700 нових слів, а у фінальному етапі команда Інституту журналістики здобула перемогу.

В Інституті ведеться активна співпраця з органами студентського самоврядування. Були створені умови для презентації органів студентського самоврядування напередодні виборів. В грудні відбулась зустріч Вченої ради інституту із новообраною студентською радою та науковим студентським товариством, де вони презентовано та затверджено плани роботи на наступний рік. Також студенти є членами Вченої ради Інституту та беруть активну участь у обговоренні та прийнятті рішень. Регулярно проводяться зустрічі із старостами академічних груп та студентською радою для вирішення нагальних питань. Також активно працює інститут координаторства.

За звітний період студентська рада організувала 28 заходів волонтерського, благодійного та просвітницького спрямування, охопивши 618 студентів.

Аналіз соціо-культурного та спортивного виміру студентського життя в Інституті журналістики дозволив виокремити перспективні завдання на 2019 рік: започаткувати навчально-наукові екскурсії Україною та за її межами з метою формування фахових компетентностей та розвитку критичного мислення

у студентів; систематично організовувати для студентів Університету Грінченка заходи із популяризації української мови як мови сучасних професіоналів.