

ЗАУВАЖЕННЯ

до звіту про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Відповідно до пункту 16 розділу II Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 р. № 977, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 8 серпня 2019 р. за № 880/33851, ознайомившись із звітом думку експертної групи про результати акредитаційної експертизи освітньої програми

Назва ЗВО	Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Назва ВСП ЗВО	<i>не застосовується</i>
ID освітньої програми в ЄДЕБО	62871
Назва ОП	Реклама і зв'язки з громадськістю
Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна

заклад вищої освіти надає мотивовані **зауваження до нього**:

Зауваження до звіту експертної групи подані у вкладеному файлі.

Додатки:

Документ	Назва файла	Хеш файла
Додаток	<i>Відповідь на звіт ЕГ Реклама і ЗГ.pdf</i>	1kL+oPCdvJH2fko4J2AublxJWAFnL3kf2DhHMoplmeQ=

Шляхом підписання цих зауважень запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом.

ПІБ: ТУРУНЦЕВ ОЛЕКСАНДР ПЕТРОВИЧ

Дата підпису: 13.05.2024 р.

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка висловлює глибоку вдячність членам експертної групи за фахову експертизу, високу оцінку освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» другого (магістерського) рівня вищої освіти та надані рекомендації щодо її удосконалення. Водночас Університет надає додаткову та уточнюючу інформацію щодо зроблених зауважень та рекомендацій.

Критерій 1. Проектування та цілі освітньої програми:

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 1.

За матрицею забезпечення РН відповідними освітніми компонентами ОПП (ОПП, С.15) було додано РНУ14 (Управляти службами комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю компаній, організацій, планувати і організувати рекламні та PR-компанії), який представлено лише в ОК5 (Міжкультурні комунікації) та ОК12 (Кваліфікаційна робота), що викликає питання до змісту курсу ОК5. Рекомендовано запровадити цей РН й на інших освітніх компонентах.

Відповідь університету:

Дякуємо за рекомендацію, хочемо проінформувати, що ОК09 Управління рекламними та PR-структурами (Тема 2: Стратегія як спосіб управління, Тема 3: «Прямі» методи управління інформацією, Тема 4: Технології «непрямих» методів управління інформацією) та ОК06 Управління інформацією (Тема 2: Управління проектами та процесами в організації. Комунікації та керування змінами, Тема 3: Основні поняття сфери управління рекламними структурами, Тема 4: Типи рекламних агентств та особливості управління) також спрямовані на забезпечення РНУ14. На основі наданої рекомендації експертів плануємо внести уточнення до матриці забезпечення РН відповідними освітніми компонентами.

Критерій 2. Структура та зміст освітньої програми:

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 2.

Збалансувати навантаження у II та III семестрах відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка (<http://surl.li/atwjd>), в якому прописано (с. 48), що «60 кредитів ЄКТС відповідають навчальному навантаженню повного року формального навчання (навчального року)... Для семестрів встановлюється 30 кредитів», а перший навчальний рік ОПП сягає 64,5 кредитів ЄКТС, де II семестр перевантажений (34,5 кредити ЄКТС), тому ЕГ вважає за потрібним встановити для II та III семестрів по 30 кредитів ЄКТС.

Відповідь університету:

Дякуємо за рекомендацію, але зазначаємо, що нерівномірність розподілу кредитів у II та III семестрах, а саме 34,5 та 25,5 відповідно, викликана скороченим терміном тривалості третього семестру (вересень – грудень), а в грудні планується екзаменаційна сесія та атестація. Зважаючи на загальний обсяг

підготовки магістрів за освітньо-професійною програмою у 90 кредитів, вбачаємо доцільним перенесення кредитів, пов'язаних із написанням магістерських робіт, на II семестр.

Критерій 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання:

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 3.

1. Перспективи, запропоновані для здобувачів навчальним закладом із неформальної/інформальної освіти, не реалізуються повністю на ОП. Рекомендація: з нового 2024/2025 навчального року викладачам, які задіяні в реалізації ОП, включити пункт щодо правил визнання результатів навчання, отриманих у неформальній/інформальній освіті, до всіх Робочих програм ОК. 2. Щороку завідувачу кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, студентському самоврядуванню Факультету журналістики організувати заходи щодо популяризації неформальної освіти, програм академічної мобільності серед здобувачів Університету.

Відповідь університету:

1. Дякуємо за рекомендацію і погоджуємося, що потрібно розширювати можливості для визнання результатів неформальної/інформальної освіти для здобувачів ОП. Проте, як зазначила експертна група, на ОП існує практика перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Це зафіксовано в робочих програмах: ОД.07 Цифрові рекламні та PR-комунікації, ОД.08 Інновації в рекламі та PR.

Зазначимо, що неформальна/інформальна освіта є добровільним вибором здобувачів. Також зміст деяких ОК не дозволяє достатньо органічно використати пропозиції навчання на онлайн-платформах Coursera та Prometheus, безкоштовний доступ до яких надається Університетом. Ми прагнемо створити багатовекторне середовище взаємодії здобувачів та викладачів/експертів медіагалузі, зокрема реклами та зв'язків із громадськістю, забезпечити повноцінне навчання під час лекційних і практичних занять. У 2022-2023 н.р. 4 здобувачі цієї ОП пройшли курси неформальної освіти, результати навчання підтверджено сертифікатами й зараховано у вибірковій навчальній дисципліні «Сучасні digital-комунікації». Також право на формування індивідуальної освітньої траєкторії реалізовано за рахунок участі в навчальних заходах неформальної освіти (тренінги, лекції, вебінари) та програмах академічної мобільності (<https://is.gd/Ss6RQN>), зокрема у програмах міжнародного стажування (С. Несін, Соколовська М., 2021 р.), академічної мобільності (Подолян А., Скіпор В., Снопкова В., 2023 р.), Латвійський університет.

Рекомендація буде обговорена на засіданні кафедри.

2. На кафедрі будуть ужиті заходи щодо посилення інформування здобувачів про формати неформальної/інформальної освіти.

Критерій 5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність:

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 5.

Усі магістерські роботи завантажують до Бази випускових робіт, яка доступна лише для внутрішнього користування. Стандарт ВО за спеціальністю вимагає: «Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його підрозділу». ЕГ рекомендує привести у відповідність до стандарту цей пункт з наступного навчального року.

Відповідь університету:

В Університеті на сайті в системі електронного навчання (Цифровий кампус) розміщена База кваліфікаційних робіт (з автоматичною перевіркою на плагіат) <https://digital.kubg.edu.ua>. Вхід до системи здійснюється нині з корпоративних акаунтів, що є цілком виправданим у зв'язку із повномасштабними бойовими діями на території України з 24.02.2022 р. і розцінюється Університетом як захист персональних даних здобувачів вищої освіти. Наявність робіт випускників була продемонстрована завідувачкою НДЛ інформатизації освіти Оксаною Буйницькою в межах огляду матеріально-технічної бази. Крім того, що тексти кваліфікаційних робіт зберігаються в Базі кваліфікаційних робіт, роздруковані роботи всіх випускників за останні 5 років зберігається на кафедрі.

Під час зустрічі з експертами була озвучена пропозиція щодо розміщення тематики магістерських робіт на сайті Факультету журналістики. Наразі інформацію розміщено на кафедральній вебсторінці «Навчально-методична робота» (<https://tinyurl.com/a5j3xeuh>).

Питання відкриття загальноуніверситетської бази кваліфікаційних робіт для загального доступу знаходиться на обговоренні, оскільки потребує розробки нормативного та програмно-технічного забезпечення.

Критерій 9: Прозорість та публічність:

Слабкі сторони, недоліки та рекомендації щодо удосконалення у контексті Критерію 9.

На сайті Факультету журналістики на YouTube каналі останні новини річної давнини. Рекомендуємо декану Факультету журналістики оновити інформацію на відеоканалі, розміщеному на сайті факультету.

Відповідь університету:

Хочемо зазначити, що на офіційному Ютуб каналі Факультету журналістики розміщується оновлена інформація: відео загальних заходів, зокрема церемонія нагородження IV Всеукраїнського конкурсу «LIME. Go to read!» (30.03.2024) (<https://is.gd/67P5AE>). Дійсно, більш активно паралельно діють Ютуб канали «Астудія» (НВМ тележурналістики, <https://is.gd/zK553y>), «СловОпис» (<https://is.gd/BSskeY>), «Живе місто» (<https://is.gd/v7b4If>), які наповнюються роботами студентів, відеопроектами, оглядом поточних подій та майстер-класами. В останні роки з огляду на типологічні характеристики цільової аудиторії їх представлено на відповідних сторінках в Інстаграмі

(<https://is.gd/Kcxfre>; <https://is.gd/v5TESf>). Основною комунікаційною платформою наразі на Факультеті є Телеграм-канал (t.me/IJKUBG).