

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана соціологічного факультету  
В'ячеслав НІКУЛИН



«З» \_\_\_\_\_ 2024 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти  
Спеціальність 054 Соціологія  
Освітньо-професійна програма «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»  
вид дисципліни обов'язкова  
факультет соціологічний

2024/ 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

«26» червня 2024 року, протокол № 9

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Солдатенко І.О., кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

Протокол від «07» червня 2024 року № 11


Завідувачка кафедри  
прикладної соціології  
та соціальних комунікацій

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО  
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми  
«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»

Гарант освітньої програми

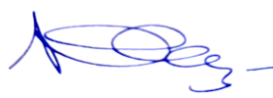
  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО  
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «24» червня 2024 року № 8

Голова науково-методичної комісії

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

Юлія СОРОКА  
(прізвище та ініціали)

## ВСТУП

Програма виробничої практики складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю» спеціальності 054 Соціологія

### 1. Опис навчальної дисципліни

#### 1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Виробнича практика має за мету надати студентам уявлення про особливості комунікативної роботи в різних сферах суспільного життя, а також закріпити теоретичні знання та певні практичні навички, що здобуті студентами в процесі вивчення основних учбових курсів та дисциплін за вибором.

#### 1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- засвоїти знання та отримати навички із проведення соціологічних і маркетингових досліджень в сфері медіа чи комунікацій;
- засвоїти принципи аналітичної роботи в рекламних або піар агенціях, пресслужбах, чи інших відділів, які реалізують комунікативну діяльність;
- з'ясувати принципи роботи і організації діяльності підрозділів рекламних або піар агенцій, пресслужб, медіа студій чи інших відділів, які реалізують комунікативну діяльність;
- засвоїти технології проведення спеціальних заходів в сфері реклами і піар (планування та організація спеціальних подій);
- засвоїти технології реалізації професійних напрямків діяльності комунікатора проведення моніторингів ЗМІ, написання текстів, підготовка матеріалів для розміщення на сайтах, розробка фірмового стилю, медіапланування, SMM і т.інш.).

### 1.3. Характеристика виробничої практики:

Кількість кредитів: 5

Загальна кількість годин: 150

Семестр: 7-й

Тривалість – 3 тижні

Вид контролю: залік

**1.4.** Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути компетентності:

#### Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері соціології, що передбачають застосування основних соціологічних теорій і методів, вирішувати професійні завдання в сферах реклами та зв'язків з громадськістю

#### Загальні компетентності

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК03. Здатність працювати в команді.

ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК05. Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.

ЗК06. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК07. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї.

ЗК11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній

системі знань про природу і суспільство та у

розвитку суспільства, техніки і технологій,

використовувати різні види та форми рухової

активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя

#### Спеціальні (фахові) компетентності

СК01. Здатність оперувати базовим категоріальним апаратом соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

СК02. Здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій.

- СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.
- СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.
- СК05. Здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження.
- СК06. Володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються в соціології, у сфері зв'язків з громадськістю та реклами.
- СК08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога, фахівця у сфері реклами, зв'язків з громадськістю.
- СК09. Уміння обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.
- СК10. Володіння навичками роботи в організації / відділі реклами, маркетингу, зв'язків з громадськістю.
- СК11. Уміння здійснювати рекламні, інформаційні та промо-кампанії та заходи.
- СК12. Здатність брати участь у створенні ефективної комунікаційної інфраструктури організації, забезпеченні внутрішньої і зовнішньої комунікації, в тому числі з державними установами, громадськими організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації; брати участь у формуванні та підтримці корпоративної культури.
- СК13. Здатність брати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікаційних кампаній та заходів відповідно до цілей і завдань організації на основі результатів досліджень.
- СК14. Здатність організувати підготовку до випуску, виробництва і розповсюдження рекламної продукції, включаючи текстові та графічні, робочі та презентаційні матеріали в рамках традиційних і сучасних засобів створення рекламних та PR повідомлень

#### Програмні результати навчання

- РН01. Використовувати понятійний апарат соціології, реклами, зв'язків з громадськістю в професійній діяльності.
- РН02. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.
- РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.
- РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.
- РН05. Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.
- РН06. Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення

фахових задач сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю, дотримуючись професійних етичних норм.

РН07. Вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

РН08. Обґрунтувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

РН09. Володіння навичками організаційно-управлінської роботи з малими колективами.

РН10. Володіння навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.

РН11. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців і нефахівців.

РН12. Володіння знаннями і навичками роботи в соціологічних службах, прес-центрах, прес-службах, у засобах масової інформації, відділах реклами, зв'язків з громадськістю, в комунікаційних агентствах

### **1.5 Заплановані результати навчання**

Під час проходження виробничої практики студенти повинні досягти таких результатів:

- Використання студентами знань, що отримані в ході теоретичного навчання;
- Ознайомлення з організацією та реалізацією комунікативних заходів в практичній діяльності фахівця в сфері реклами чи зв'язків з громадськістю;
- Закріплення знань із проведення соціологічних і маркетингових досліджень в сфері медіа чи комунікацій;
- Оволодіння певними професійними навичками і практичним досвідом.

## **2. Тематичний план виробничої практики**

Планування івентів для цільових аудиторій.

Розробка програми івенту та його просування.

Рейтинг. Розробка ключових повідомлень. Створення контенту для соціальних мереж, сайтів, блогів.

Медіапланування.

SWOT-, SMART –аналіз.

Вивчення потреб цільових аудиторій.

Складання анкет соціологічного опитування.

Моніторинг ЗМІ.

Маркетингові дослідження.

Створення відеороликів. Розробка ідеї, зйомка, монтаж, озвучування.

Створення сценарію і реалізація фотозйомки.

### 3. Вимоги до баз практик

Визначення баз практик здійснюється у відповідності до потреб університету шляхом укладання угод з підприємствами організаціями, установами, що визначені як бази практичної підготовки студентів, терміном на 1 рік. Як бази практики кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій може використовувати інформаційні агентства, рекламні та зв'язків з громадськістю компанії та служби чи відділи, художні галереї, органи державної та місцевої влади, судові установи, відділи із забезпечення комунікацій підприємств та установ різних форм діяльності, власні комунікативні підрозділи.

Студенти можуть самостійно, з дозволу кафедри, підібрати для себе місце проходження практики і пропонувати його для використання. Оскільки студенти заочної форми навчання проходять практичну підготовку згідно університетського Положення про практику, наскрізна програма практики для студентів денної форми навчання може бути використана для студентів заочної форми навчання.

З базами практики укладаються договори, тривалість дії яких погоджується договірними сторонами.

### 4. Структура виробничої практики

З метою підвищення практичної підготовки майбутніх соціологів в сфері комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю до професійної діяльності, виробнича практика проводиться з відривом від навчального процесу. Термін практики - 3 тижні в 7 семестрі.

Керівництво практикою здійснюється викладачем кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету.

Для обліку виконаної роботи практикант веде щоденник, де фіксується вся робота за кожний день практики. За підсумками проходження практики проводиться підсумкова конференція, до якої студенти готують звіт і щоденник практики. Також практикант повинен принести характеристику з оцінкою своєї діяльності, складену безпосереднім керівником практики в організації.

Звіт про хід практики готується кожним студентом до підсумкової конференції. Захист практики передбачає наявність:

- щоденника практики (опис відвідування баз практики і робота за кожний тиждень практики);
- звіту про проходження практики (опис бази практики; функцій, які виконувалися; знань і навичок, отриманих в ході практики, результатів робіт, які було здійснення під час проходження практики);
- відгуку, який дається керівником на базі практики.

## **5. Бази виробничої практики**

Бази Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна:  
Університетська медіа студія Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна  
Центр зв'язків з громадськістю Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна  
Прес центр соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна  
Кафедра соціології соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

Зовнішні бази: відповідно до вимог цієї програми.

## **6. Методи контролю**

Контроль діяльності студентів під час практики здійснюється в двох формах: як поточний контроль (вибірково) і як підсумковий (підсумкова конференція).

Підсумки практики підводяться під час підсумкової конференції, коли кожен студент звітує щодо отриманих під час практики знань та навичок, виокремлюючи ті з них, які вважаються найбільш цінними.

## **7. Підбиття підсумків виробничої практики**

Підсумковий контроль за роботою студентів-практикантів здійснюється кафедральним керівником практики. Протягом терміну практики кафедральний керівник контролює проміжні результати роботи студента. З метою контролю виконання завдань практики студенти на протязі всього часу проходження практики ведуть щоденник, де відображаються всі завдання на практику і відмітки про їх виконання, і крім цього з метою контролю виконання окремих розділів і всієї програми практики, студенти повинні вести записи про виконаний етап роботи. По завершенню практики студенти у зазначений термін (протягом трьох днів) подають на кафедру звітну документацію (щоденник практики, звіт про проходження практики). На підставі аналізу всіх поданих документів, результатів роботи студента та захисту звіту керівником практики приймається рішення про виконання програми практики й виставлення оцінки.

## **8. Критерії оцінювання**

90 – 100 балів – студент логічно мислить та будує практичні дії аргументовано, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі



практичного матеріалу, звіт та щоденник представив вчасно, всі питання в звіті розкриті повністю, індивідуальне завдання виконав на дуже високому рівні, звіт захистив без зауважень, характеристика від керівника практики відмінна, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок.

80 – 89 балів – студент аргументовано викладає теоретичний та практичний матеріал; має практичні навички, звіт та щоденник представив вчасно, виконав всі завдання, але мають місце незначні помилки і зауваження, індивідуальне завдання виконав на високому рівні, захистив дуже добре, характеристика практиканта від керівника практики позитивна.

70 – 79 балів – студент звіт та щоденник представив невчасно, в звіті розкрито більшість питань, індивідуальне завдання виконав, але з окремими помилками і недоліками, оформив і захистив звіт на високому рівні, характеристику одержав позитивну.

60 – 69 балів – студент звіт та щоденник представив невчасно, відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, більшість завдань в звіті не розкрито, виконання індивідуального завдання носить формальний характер, звіт і щоденник оформлені недбало, при захисті звіту студент невпевнений у відповідях, не має твердих знань, характеристика від керівника практики в цілому задовільна.

50 – 59 балів – студент непереконливо відповідає, звіт та щоденник представив невчасно, додаткові питання викликають невпевненість, всі завдання виконано формально, звіт і щоденник оформлені недбало, при захисті звіту невпевнений у відповідях, не має твердих знань, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю характеристика від керівника практики задовільна.

1 – 49 балів – студент не представив звіт та щоденник або представив звіт та щоденник невчасно та не відповідає на питання щодо бази практики, майже не орієнтується в звіті, практичні навички не сформовані.

До представлення результатів практики на підсумковій конференції допускаються студенти, які вчасно заповнили і подали керівникові практики на узгодження Щоденник практики і Звіт з результатами роботи під час практики.

### 9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання		Сума
Проходження практики	Конференція Звіт	
80	20	100

**Шкала оцінювання**

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70 – 89	
50 – 69	
1– 49	не зараховано