

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 НІКУЛІН

«30» серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА ПРАКТИКИ

«Виробничої (медійної)»

(назва практики)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

галузь знань 06 Журналістика

спеціальність 061 Журналістика

освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю

спеціалізація _____

вид дисципліни обов'язкова

факультет соціологічний

2024/2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Протокол від 26» червня 2024 року, протокол № 9

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Зінюк Анна Володимирівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології і соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Байдак Тетяна Михайлівна кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної соціології і соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

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

Протокол від «07» червня 2024 року № 11

Завідувачка кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій
СОЛДАТЕНКО



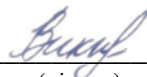
Ірина

(підпис)

(прізвище та ініціали)

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

Гарант освітньої програми



Вікторія БОЛОТОВА

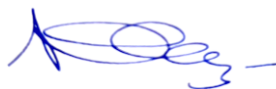
(підпис)

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Протокол від «24» червня 2024 року № 8

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма виробничої (медійної) практики складена відповідно до підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 Журналістика за спеціалізацією «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю».

Практика є обов'язковим компонентом програми підготовки фахівців із вищою освітою. Практика студентів передбачає безперервність та послідовність її проведення у разі одержання необхідного обсягу практичних знань і умінь відповідно до стандартів освіти.

1. Опис виробничої (медійної) практики

Виробнича (медійна) практика бакалаврів соціологічного факультету спеціальності 061 Журналістика є невід'ємною складовою частиною учбового процесу, яка передбачена державним освітнім стандартом підготовки фахівців першого рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю», є основною професійною частиною освітньої програми та завершальним етапом підготовки фахівців в галузі медіакомунікацій та зі зв'язків з громадськістю для роботи в різних типах організацій.

Виробнича (медійна) практика проводиться на четвертому курсі за денною та заочною формами навчання у 7 семестрі тривалістю – 4 тижні. Виробнича (медійна) практика проводиться з метою оволодіння та отримання випускником первинного професійного досвіду, перевірки готовності майбутнього фахівця до самостійної трудової діяльності, а також збору та обробки практичного матеріалу.

Виробнича (медійна) практика є завершальним етапом формування кваліфікації фахівця, забезпечує єдиний комплексний підхід до її організації на основі принципів системності, безперервності та спадкоємності навчання студентів на першому рівні вищої освіти, формує у бакалаврів здібності самостійно вирішувати конкретні завдання PR-діяльності в різних організаціях, в основному шляхом самостійного рішення реальних практичних або організаційних завдань. До проходження виробничої (медійна) практики допускаються студенти, що прослухали теоретичні курси та успішно склали усі передбачені учбовим планом форми підсумкового контролю (екзамени, заліки та курсові роботи), пройшли усі попередні види практик.

1.1. Мета виробничої практики

Основною метою виробничої (медійної) практики є закріплення, розширення та систематизація знань отриманих при вивченні спеціальних фахових дисциплін з комунікативної організації; набуття первинного практичного досвіду за обраним фахом. Проведення практики спрямоване на закріплення отриманих студентами теоретичних знань, набуття практичного досвіду самостійної та креативної роботи. У процесі проходження практики студент повинен виявити при виконанні індивідуальних завдань уміння досліджувати, проектувати, продемонструвати навички медіакомунікації, які він набув протягом навчання в університеті за обраним фахом.

1.2. Основні завдання виробничої практики.

Головне завдання виробничої (медійної) практики – створити теоретичну та емпіричну базу якісної підготовки, здійснити професійну діяльність фахівця з медіакомунікацій за обраною спеціалізацією, яка необхідна для майбутньої професійної діяльності.

Завдання з виробничої (медійної) практики для студентів оформляються у вигляді календарного плану-графіку, який характеризує примірний розподіл часу студента на

виконання окремих розділів завдання практики. У календарному плані-графіку студент разом з керівником практики описує за пунктами зміст робіт, які будуть виконані у ході практики. Кожному виду робіт має бути дана коротка характеристика. Виконувані роботи повинні відповідати спеціальності студента.

1.3. Характеристика «Виробничої (медійної) практики»:

Кількість кредитів – 6. Загальна кількість годин – 180.

Семестр – 7. Вид контролю – іспит.

<i>Характеристика навчальної дисципліни</i>	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Практика	
180 год.	180 год.

1.4. Заплановані результати «Виробничої (медійної) практики».

У результаті проходження виробничої (медійної) практики студент повинен: систематизувати та поглибити теоретичний рівень знань, які необхідні для якісної та ефективної реалізації професійної діяльності з дисциплін фахової спеціалізації; опанувати на практиці навички роботи з вирішення комунікативного аспекту соціальних проблем: визначення проблеми, аналіз (причини виникнення, умови перебігу), ухвалення рішення з конкретної проблеми із застосуванням комунікативних методів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності.

ЗК14. Дослідницька компетентність випускника університету як результат науковості змісту й технологій підготовки здобувача вищої освіти, його націленості на пошукову/дослідну діяльність.

Фахові компетентності:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

- СК03. Здатність створювати медіапродукт.
- СК04. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.
- СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.
- СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності
- СК07. Здатність створювати креативні зв'язки з громадськістю.
- СК08. Здатність створювати і просувати сучасні рекламні продукти та відстежувати їх ефективність в умовах ринку.
- СК09. Здатність використовувати набуту медіаграмотність для розвитку особистої інформаційної гігієни, інформаційного імунітету в контексті інформаційних війн та ворожої пропаганди.
- СК10. Здатність використовувати медіакommunікації для потреб кризового менеджменту, захисту іміджу та посилення рівня довіри до організації та бренду.
- СК11. Здатність проводити дослідження медіасфери, ринків продаж, аналізувати дані медіадосліджень.

Програмні результати навчання:

- ПРН01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань
- ПРН02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції
- ПРН03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
- ПРН04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел
- ПРН05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
- ПРН06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- ПРН07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
- ПРН08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань
- ПРН09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства
- ПРН10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень
- ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою
- ПРН12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою
- ПРН13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук
- ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації
- ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
- ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
- ПРН17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах
- ПРН18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва
- ПРН19. Проводити піар-кампанії використовуючи набуті теоретичні знання та досвід практичних робіт.
- ПРН20. Створювати і просувати рекламний продукт використовуючи медіакommunікації.

ПРН21. Протистояти ворожим інформаційним кампаніям, боротися з дезінформацією, поширенням фейків та пропагандистських контентів.

2. Зміст та організація проведення виробничої практики

З метою підвищення рівня підготовки майбутніх спеціалістів в галузі журналістики та медіакомунікацій до професійної діяльності виробнича практика проводиться з відривом від навчального процесу.

Термін практики – 4 тижні.

Перед початком практики кафедра проводить установчі збори, які присвячуються ознайомленню студентів з організацією та порядком проходження практики, правами та обов'язками студентів під час практики, змістом, метою та завданням практики. На зборах в обов'язковому порядку проводиться інструктаж з техніки безпеки, на якому пояснюються правила поведінки студентів під час їхнього перебування на практиці. Студенти, що не пройшли інструктаж з техніки безпеки, до проходження практики не допускається. З моменту зарахування студентів у період практики в якості практикантів на робочі місця на них поширюються правила охорони праці та правила внутрішнього розпорядку, що діють в організації.

Поточний контроль за роботою студентів під час виробничої (медійної) практики здійснюється кафедральним керівником практики. Протягом терміну практики кафедральний керівник практики 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 та відмітки про їх виконання. Крім цього, з метою контролю виконання окремих розділів та всієї програми практики, студенти повинні вести звіт про виконану роботу. За підсумками проходження практики проводиться підсумкова конференція.

У період практики особливо інтенсивно проходить процес формування професійних умінь і навичок, оскільки вона проводиться в умовах, максимально наближених до майбутньої професійної діяльності, і, фактично, є організацію самостійної практичної діяльності, спрямованої на вирішення конкретних професійних завдань.

3. Вимоги до баз виробничої (медійної) практики.

Бази проходження практики затверджуються наказом ректора Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна на основі офіційних договорів з керівниками державних організацій, приватних компаній, органів державного управління, інших юридичних осіб та ФОП, тощо. Базою виробничої (медійної) практики також є Університетська медіастудія, Центр зв'язків з громадськістю ХНУ імені В.Н. Каразіна, Прес-центр ХНУ імені В.Н. Каразіна, Прес-центр соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна, Газета «Каразінський університет».

Виробнича (медійна) практика на соціологічному факультеті організовується деканатом та кафедрою прикладної соціології та соціальних комунікацій. Загальне керівництво практикою здійснює керівник від університету, який призначається з викладацького складу кафедри.

Одним із основних принципів організації виробничої (медійної) практики є її систематичність і зв'язок з вивченням теоретичних курсів. Специфікою даної практики є можливість її проходження студентами під час семестру, що забезпечує їх практичну участь у тій чи іншій інформаційно-комунікативній кампанії, проєкті. Студентам пропонується індивідуальне завдання, з описом задач і цілей практики і обсяг роботи, який студенти мають виконати під час практики.

4. Індивідуальні завдання з практики (у разі потреби)

5. Вимоги до звітності про виробничу (медійну) практику.

Після завершення виробничої (медійної) практики студенти звітують перед керівником практик від університету. Форма та вид звітності студентів про проходження практики:

- щоденник (календарний графік, робочі записи студента, відгук керівника практики від підприємства, висновок керівника практики від університету про проходження практики).
- звіт з виробничої (медійної) практики з описом місця практики, своїх функціональних обов'язків та прикладів виконаної роботи під час практики.

6. Підбиття підсумків виробничої (медійної) практики.

По завершенню виробничої (медійної) практики студенти у зазначений термін (протягом трьох днів) подають на кафедру звітну документацію (щоденник практики та звіт про проходження практики). На підставі аналізу всіх поданих документів, результатів роботи студента та захисту звіту приймається рішення керівника практики від університету про виконання програми практики й виставлення оцінки. Облік та оцінка результатів роботи завершується на підсумковій конференції з практики. Оцінка практики здійснюється диференційовано з урахуванням оцінки керівника бази практики, якості заповнення щоденника та звіту з практики, що підтверджують виконання завдань. Студенти, робота яких була визнана незадовільною, вважаються таким, що не виконав навчальний план з виробничої (медійної) практики.

Студенти, які не здали практику вчасно, вважаються такими, що мають академічну заборгованість. Студенти з академічною заборгованістю проходять виробничу практику за індивідуальним графіком, якій погоджується на кафедрі та в деканаті.

7. Критерії оцінювання

Оцінка керівника бази практики	Оцінка керівника від університету (екзаменаційна оцінка)	Характеристика оцінки
51-60 (відмінно)	31-40 (відмінно)	Студент/-ка показав/-ла відмінні професійні вміння та навички логічного мислення та буде практичні дії аргументовано, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу. Звіт та щоденник представив вчасно, всі питання в звіті розкриті повністю, індивідуальні завдання практики виконав на дуже високому рівні. Звіт захистив без зауважень, характеристики від керівника практики відмінна. В цілому продемонстрував високий рівень засвоєння практичних навичок. Програму виробничої (медійної) практики виконав повністю.
41-50 (добре)	21-30 (добре)	Студент/-ка показав/-ла добрі професійні вміння та навички логічного мислення та буде практичні дії аргументовано, аналізує теоретичний матеріал у практичній площині. Звіт та щоденник представив вчасно, виконав всі завдання, але мають місце незначні помилки, змістовні зауваження, індивідуальні завдання практики виконав на хорошому рівні. Звіт захистив добре, характеристики від керівника практики позитивна. В цілому продемонстрував добрий рівень засвоєння практичних навичок. Програму виробничої (медійної) практики виконав повністю.
30-40 (задовільно)	10-20 (задовільно)	Студент/-ка показав/-ла задовільні професійні вміння та навички. Звіт та щоденник представив/-ла невчасно, в звіті не розкрито більшість питань. На захисті відповідаючи на запитання практичного характеру виявляв/-ла неточності, невпевненість у відповідях, виконання індивідуального завдання носить поверхневий характер. Звіт та щоденник оформлені недбало, характеристика від керівника практики задовільна. Програму виробничої (медійної) практики виконав не в повному обсязі.
0-29 (незадовільно)	0-10 (незадовільно)	Студент/-ка допустив/-ла велику кількість днів відсутності на практиці. Наявність зауважень з боку керівників бази практики. Студент/-ка не представив/-ла звіт та щоденник. Завдання практики не виконано. Характеристика від керівника практики незадовільна. Програму виробничої (медійної) практики не виконав.

8. Методи контролю та схема нарахування балів

Оцінка за проходження виробничої практики виставляється на підставі звітних документів студента/-ки на підсумковій конференції та характеристики, наданої керівником від бази практики.

Сумарна оцінка за практику виставляється за такою системою:

Контроль практики		Сума
Проходження практики	Звіт з практики (екзамен)	
60	40	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	Для чотирьохрівневої шкали	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

9. Рекомендована література

Основна література

1. Киричок А.П. Практика рекламної та PR діяльності. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. 124 с.
2. Михайлина Д. Г., Паламарюк О.М. Стресогенні аспекти реклами в умовах глобалізації// Науковий вісник Чернівецького університету. Випуск 834. Економіка. 2021. С. 42-48. <http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis/article/view/167/125>
3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
4. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-є вид. Доп. і перероблене К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009. 831 с.
5. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. - К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2019. 431 с.
- 6.

Допоміжна література

1. Марків, О. Т., Марків, І. П., & Білорусцева, Т. М. (2023). СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ САМОРЕГУЛЯЦІЇ В МЕДІА: ПРАВОВІ ЗАСАДИ, ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ, МЕРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ. Культурологічний альманах, (1), 181–187. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.24>
2. Менцер Філіппо, Хіллз Томас Перевантаження інформацією сприяє поширенню фейкових новин, і соціальні мережі це знають// Scientific American 323, 6, 54-61 (December 2020)

<https://www.scientificamerican.com/article/information-overload-helps-fake-news-spread-and-social-media-knows-it/>

3. Аманда Уолгров Поінформованість про бренд: цілі та завдання
<https://blog.taboola.com/brand-awareness-objectives-and-goals/>
4. Emilie Coalson-Kiner The Barbie Movie is a Perfect Example of Content Marketing – Here’s What It Can Teach Us // Taboola BlogContent Marketing, 2023
<https://blog.taboola.com/barbie-marketing/>
5. Saikrishnan Sambamoorthi CONSUMER PERCEPTION AND AWARENESS ON E-COMMERCE, May 2023
https://www.researchgate.net/publication/373366720_CONSUMER_PERCEPTION_AND_AWARENESS_ON_E-COMMERCE/stats

Особливості проходження виробничої (медійної) практики за денною та заочною формами в умовах запровадження карантинних обмежень.

В умовах продовження воєнного стану освітній процес з виробничої (медійної) практики в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме: дистанційно (за затвердженням на факультеті графіком практики) на платформі Zoom проводяться всі консультації, а також проміжний контроль та підсумкова конференція виробничої (виробничої) практики.

В разі продовження воєнного стану з заборонаю відвідування ЗВО здобувачам денної та заочної форм навчання надається можливість (за затвердженням на факультеті графіком практики) представити документи та матеріали практики з виробничої (медійної) практики дистанційно на платформах Zoom та Google Classroom/ Moodle.

Додаток до робочої програми виробничої (медійної) практики

Дію робочої програми продовжено: на 2024/2025 н. р.

Заступник декана соціологічного факультету з навчальної роботи

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« . » _____ 2024 року

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

(підпис)

Юлія СОРОКА
(прізвище та ініціали)

« . » _____ 2024 року