

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН

«31»  2023 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

2023/2024 навчальний рік

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

« 28 » червня 2023 року, протокол № 6

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 «05» червня 2023 року № 14

Завідувачка кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій



_____ (підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО

_____ (прізвище та ініціали)

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

Протокол від « 26 » червня 2023 року № 9

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:

1. Знання та розуміння предметної галузі, усвідомлювати соціальну відповідальність професій у сфері масових комунікацій, володіння високою мотивацією до виконання професійної діяльності у галузі стратегічних комунікацій та нових медіа.
2. Формувати цілісне уявлення про процеси та явища, які відбуваються у масової комунікації та суспільстві, визначати можливості сучасних методів пізнання, володіти ними на рівні, необхідному для вирішення завдань у професійної діяльності.
3. Розуміти сутність та роль масової інформації у розвитку сучасного інформаційного суспільства, усвідомлення небезпек та загроз, що виникають у цьому процесі, розуміння необхідності дотримуватися основних вимог інформаційної безпеки.
4. Здатність аналізувати соціально-значущі проблеми та процеси масової комунікації, узагальнювати сприйняту інформацію та приймати обґрунтовані ефективні рішення.
5. Володіння основними методами, способами та засобами одержання, зберігання, переробки соціальної інформації, мати навички роботи з комп'ютером та програми інтернет-технологій, уміння працювати з інформацією в соціальних мережах.
6. Уміння логічно, аргументовано та ясно будувати усну та письмову мову, знати жанри та функціональні стилі створення журналістського контенту, використовувати професійну лексику в усному та письмовому спілкуванні.
8. Знати та дотримуватися етичних та правових норм, що регулюють діяльність в сфері журналістики та суспільних комунікацій.
9. Здатність використовувати на практиці теоретичні положення для аналізу та визначення ефективності проведення компаній з застосуванням соціально-комунікативних технологій.

10. Здатність до міжособистісного спілкування, уміння працювати в команді, мотивувати людей та досягати спільної мети, розуміння та повага до різноманітності та мультикультурності

11. Прагнення до саморозвитку, підвищення своєї кваліфікації та майстерності в галузі журналістики та медіакомунікацій.

Фахові компетентності:

1. Здатність використовувати у професійних комунікаціях методи теорії масової комунікації, використовувати форми та засоби масової комунікації, використовувати основні методи та технології зв'язків з громадськістю.

2. Здатність здійснювати професійні функції в галузі журналістики реклами та зв'язків з громадськістю.

3. Володіння знаннями і навичками роботи у засобах масової інформації (Інтернет-ЗМІ), в прес-центрах (прес-службах), відділах з зв'язків з громадськістю, центрах громадських зв'язків, відділах реклами, в інформаційно-комунікативних агенціях.

4. Володіння базовими навичками створення та просування мультимедійного (конвергентного) контенту в нових медіа.

5. Володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються у сфері зв'язків з громадськістю та реклами, володіння навичками копірайтингу та спічрайтингу.

6. Здатність обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.

7. Вдосконалювати сучасні методики журналістської роботи шляхом використання прогностичних моделей організаційно-творчого процесу, використання досвіду вітчизняної та зарубіжної інформаційної діяльності.

8. Здатність виконувати всі фахові виробничі та творчі операції у засобах масової інформації, здатність забезпечувати суспільство якісною щодо змісту, форми та впливу мас-медійною продукцією.

9. Здатність оперативно приймати рішення, в тому числі в кризових ситуаціях, здатність до вироблення нестандартних комунікативних рішень та інформаційного контенту.

10. Володіння навичками з організації та оперативного планування своєї діяльності та діяльності інформаційно-комунікативними та медіаорганізаціями.

11. Знання основних базових теорій комунікативного менеджменту, володіння основними управлінськими функціями та методами їх реалізації.

12. Здатність брати участь у створенні ефективної комунікативної інфраструктури організації, забезпечення внутрішньої та зовнішньої комунікації, в тому числі з засобами масової інформації, брати участь у формуванні та підтримці комунікативної та медійної корпоративної культури.

13. Здатність брати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікативних кампаній та заходів відповідно до цілей і завдань організації на основі результатів досліджень.

14. Здатність організувати підготовку до випуску, виробництва та розповсюдження інформаційної продукції в нових медіа, включаючи текстові, відео, аудіо та графічні, робочі та презентаційні матеріали в рамках сучасних засобів створення журналістських та PR повідомлень.

Програмні результати навчання:

1. Знати та використовувати професійну термінологію, пояснювати базові концепції стратегічних комунікацій та нових медіа

2. Демонструвати стійке розуміння принципів теорії комунікації, особливостей функціонування стратегічних комунікацій та нових медіа.

3. Використовувати аналітичний та методичний інструментарій для розуміння інформаційно-комунікативних процесів у різних сферах діяльності.

4. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців у сфері стратегічних комунікацій та нових медіа.

5. Пояснювати комунікативні процеси та явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати та змістовно інтерпретувати отримані результати.
6. Застосовувати відповідні дослідницькі технології та підходи для вирішення задач у сфері стратегічних комунікацій та нових медіа.
7. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної рекламної та зв'язків з громадськістю діяльності, напрямів стратегічної комунікативної політики організацій.
8. Визначати сегментацію цільової аудиторії, структуру попиту та пропозиції, практики просування інформаційних послуг.
9. Вміти формувати напрямки комунікації зі створення зміцнення, репозиціонування, оновлення бренду чи рекламного продукту.
10. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.
11. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.
12. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально явищ та комунікативних проблем в одній або декількох професійних сферах.
13. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність в галузі медіа.
14. Демонструвати вміння абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик комунікативних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.
15. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах.

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. Студент, що не пройшов 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 звіти про виконані етапи роботи. 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, приватних фірм, органів державного управління, інших юридичних осіб, 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.

Виробнича (медійна) практика на соціологічному факультеті організовується деканатом та кафедрою прикладної соціології та соціальних комунікацій. Загальне керівництво практикою здійснює керівник, 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, проекті. Студенту пропонується індивідуальне завдання, з описом задач і цілей практики і обсяг роботи, який студент повинен виконати під час практики.

4. Індивідуальні завдання з практики (у разі потреби)

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

Після завершення виробничої (медійної) практики кожен студент повинен відзвітувати перед керівником практик. Форма та вид звітності студентів про проходження практики – щоденник (календарний графік, робочі записи студента, відгук керівника практики від підприємства, висновок керівника практики від вищого навчального закладу про проходження практики. Крім заповнення розділів щоденника, студент повинен підготувати звіт по практиці. Звіт з виробничої (медійної) практики повинен бути повним за обсягом та складений з урахуванням індивідуального завдання.

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 про виконання програми практики й виставлення оцінки. Облік та оцінка результатів роботи завершується на підсумковій конференції з практики. Оцінка практики здійснюється диференційовано з урахуванням якості звіту з практики та наявності додатків з матеріалами, що підтверджують виконання завдань. Студент, робота якого була визнана незадовільною, вважається таким, що не виконав навчальний план виробничої (медійної) практики.

Студент, який не здав практику вчасно, вважаються такими, що має академічну заборгованість. Студенти з академічною заборгованістю проходять виробничу практику за індивідуальним графіком

7. Критерії оцінювання

90 – 100 балів відмінно	Студент показав відмінні професійні вміння та навички логічного мислення 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, 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.
80 – 89 балів добре	Студент показав добрі професійні вміння та навички логічного мислення та будує 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 високий рівень засвоєння практичних навичок. Програму виробничої (медійної) практики виконав повністю.
70 – 79 балів добре	Студент продемонстрував добрі професійні вміння та навички. Звіт та щоденник представив вчасно, в звіті розкрито більшість питань, присутні окремі помилки та змістовні зауваження, індивідуальне завдання практики виконав на хорошому рівні. Звіт захистив в цілому добре, характеристики від керівника практики позитивна. Програму виробничої (медійної) практики загалом виконав повністю.
60 – 69 балів задовільно	Студент продемонстрував задовільні професійні вміння та навички. Звіт та щоденник представив невчасно, в звіті не розкрито більшість питань. На захисті відповідаючи на запитання практичного характеру виявляв 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.
50 – 59 балів задовільно	Студент продемонстрував низькі професійні вміння та навички. Звіт та щоденник представив невчасно, в звіті не розкрито більшість питань. На захисті, відповідаючи на запитання практичного характеру, допускав багато помилок, на додаткові питання відповідав невпевнено, виконання індивідуального завдання носить поверхневий або формальний характер. Звіт та щоденник оформлені недбало, характеристика від керівника практики в цілому задовільна. Програму виробничої (медійної) практики виконав не в повному обсязі.
1 – 49 балів незадовільно	Студент допустив велику кількість днів відсутності на практиці. Наявність зауважень з боку керівників бази практики. Студент не представив звіт та щоденник. Індивідуальне завдання 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 звіту студента, його виступу на підсумковій конференції та характеристики, наданої керівником від бази практики.

Сумарна оцінка за практику виставляється за такою системою:

Поточний контроль практики		Сума
Проходження практики	Звіт з практики	
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

9. Рекомендована література

Основна література

1. 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.
2. Киричок А.П. Практика рекламної та PR діяльності. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. 124 с.
3. 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>
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
5. 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.
6. Потятинник Б. Медіа: Ключі до розуміння. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.
7. Почепцов Г. Від покерів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2017. 260 с.

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, Хілз 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.

Додаток до робочої програми виробничої (медійної) практики

Дію робочої програми продовжено: на 2023/2024 н. р.

Заступник декана соціологічного факультету з навчальної роботи

(підпис)

В'ячеслав НІКУЛІН
(прізвище та ініціали)

« » _____ 2023 року

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

(підпис)

Юлія СОРОКА
(прізвище та ініціали)

« » _____ 2023 року