

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням Вченої ради
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка
«17» 03 2025 (протокол № 3)

Голова Вченої ради,
Наталія **ВІНИКОВА**



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
1.C7.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Галузь знань:	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Спеціальність:	С7 Журналістика
Кваліфікація:	бакалавр журналістики

Введено в дію з 01.09.2025
(наказ від 27.03.2025 № 195)

Київ – 2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

1.C7.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 10 від 13 березня 2025 р.

Завідувач кафедри Леонід НОВОХАТЬКО
(підпис)

Вчена рада Факультету журналістики

Протокол № 7 від 20 березня 2025 р.

Заступник голови Вченої ради Вікторія ІВАЩЕНКО
(підпис)

Науково-методичний центр стандартизації та якості освіти

Завідувач Євген АНТИПІН
(підпис)

«20» 03 2025 р.

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ
(підпис)

«20» 03 2025 р.

ПОГОДЖЕНО З РОБОЧОЮ ГРУПОЮ У СКЛАДІ:

Нетребя Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю (гарант освітньої програми)

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю;

Горбенко Галина Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент, декан Факультету журналістики;

Белофастова Таїсія Юрійвна, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю;

Кармелюк Ірина Миколаївна, голова громадської організації «Молодіжна трудова біржа «Перспектива», заступник голови правління Фонду «Наше майбутнє», Заслужений журналіст України (за згодою);

Соколовська Маргарита Олегівна, випускниця 2022 р. першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» спеціальності 061 Журналістика;

Рижова Дар'я Олександрівна, здобувачка IV курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» спеціальності 061 Журналістика

Освітньо-професійна програма запроваджена з 2017 року.

Актуалізовано:

Дата перегляду ОП				
Підпис	<u>М.М. Нетребя</u>			
ПІБ гаранта ОП	Нетребя М.М.			

Ця програма не може бути повністю чи частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

© Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма 1.C7.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю створена для продовження реалізації освітньої програми 061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю у відповідності до Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою КМУ від 29.04.2015 № 266 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 № 1021, зі змінами відповідно до Постанови КМУ від 21.02.2025 №188) та наказу МОН України від 19.11.2024 №1625, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 03.12.2024 за №1833/43178, та на виконання рішення Вченої ради Київського столичного університету імені Бориса Грінченка від 27.02.2025, протокол №2.

ОБГРУНТУВАННЯ

Зміни до освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» 2024 р. були викликані чинниками, які виокремилися в процесі реалізації нової редакції освітньої програми (2021), включно з навчальним планом, розробкою робочих програм навчальних дисциплін та проведенням практичної підготовки протягом 2020-2024 навчальних років, а також у відповідності до нової Стратегії розвитку Київського столичного університету імені Бориса Грінченка на 2023–2027 роки. Оновлена освітньо-професійна програма відображає потреби випускників, очікування стейкхолдерів та реагує на нові виклики, орієнтуючись на основні тенденції сучасного ринку праці.

У процесі реалізації ОП, проведенні практик та атестацій, робоча група отримала відгуки від викладачів, керівників практик та роботодавців, які висловили ряд пропозицій щодо оптимізації компонентів освітньої програми. Після консультацій та нарад, робоча група внесла декілька змін, які було відображено у оновленому змісті програми.

Зміни стосуються уточнення робочого навчального плану, зокрема:

- в частині уточнення розподілу аудиторних годин за видами в освітніх компонентах «Копірайтинг та спічрайтинг», «Майстерня публічної комунікації»;
- в частині уточнення назв освітніх компонентів «Брендинг та корпоративний стиль», «Цифрова реклама», «Медіа та політичні комунікації»;
- в частині зміни обсягів змістових модулів освітніх компонентів «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR» («Візуальна комунікація»), «Технології виробництва і розміщення рекламного продукту» («Цифрова реклама»), «Управління проєктами в сфері соціальних комунікацій» («Європейська проєктна практика в сфері комунікацій», «Управління антикризовими комунікаціями»); «Основи бізнес-процесів»;
- скорегована структурно-логічна схема освітніх компонентів.

Нижче представлено оновлену версію зі змінами до розділів освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю».

I. Профіль освітньої програми
1.C7.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»,
зі спеціальності C7 Журналістика

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський столичний університет імені Бориса Грінченка Факультет журналістики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	C Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Спеціальність	C7 Журналістика
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Кваліфікація	Бакалавр журналістики
Кваліфікація в дипломі	ступінь вищої освіти - Бакалавр спеціальність - Журналістика освітня програма - Реклама і зв'язки з громадськістю
Форма навчання	Інституційна очна (денна)
Мова(и) викладання	Українська мова. Окремі освітні компоненти викладаються англійською мовою
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень;
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний Обсяг ОП на базі повної загальної середньої освіти - 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Україна. Сертифікат про акредитацію освітньої програми №1526 «Реклама і зв'язки з громадськістю», спеціальність 061 Журналістика, перший (бакалаврський) рівень Строк дії сертифіката про акредитацію – 01.07.2026
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kubg.edu.ua/informatsiya/vstupnikam/napryami-pidgotovki/bakalavr.html
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов	

3 – Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	Об'єкти вивчення та діяльності: соціальні комунікації в різних їхніх виявах і видах, зокрема журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю; продукти соціального комунікування; аудиторія та інші споживачі (користувачі) цих продуктів. Цілі навчання: полягають у формуванні сукупності знань, професійних компетенцій, практичних навичок для розв'язання складних спеціалізованих задач та практичних проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов. Теоретичний зміст предметної області: поняття про журналістику, рекламу та зв'язки з громадськістю як соціальнокомунікаційні інститути. Методи, методики та технології: прикладні соціально-комунікаційні технології; методи й методики збору, обробки та поширення інформації, медіапланування, професійні норми та стандарти й інші спеціальні методики, що використовують у сфері соціальних комунікацій і реклами та зв'язків з громадськістю. Інструменти та обладнання: комп'ютерні системи для підготовки текстових і мультимедійних продуктів, програмне забезпечення до них; обладнання для фотозйомки, телевізійне та радіообладнання, мережеві, мобільні, хмарні технології тощо.
Структура програми	Співвідношення обсягів обов'язкової (загальної і фахової) та вибіркової складових ОП: - обов'язкова частина (177 кредитів ЄКТС, 74%): дисципліни, спрямовані на формування загальних компетентностей (25 кредитів), дисципліни, спрямовані на формування спеціальних (фахових) компетентностей (116 кредитів), атестація (6 кредитів). Частка навчальних, виробничих та переддипломної практик: 30 кредитів ЄКТС (12,5%). - вибіркова частина 63 кредитів ЄКТС (26%) – вільний вибір.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з Національним класифікатором професій бакалавр журналістики за освітньою програмою з реклами та зв'язків з громадськістю може працевлаштуватися в пресслужби, відділи зв'язків з громадськістю органів державної влади та місцевого самоврядування, політичних партій, громадських рухів та організацій; у рекламних агенціях, рекламно-інформаційних центрах, консалтингових агентствах, комунікаційних агентствах, маркетингових службах, digital-агентствах; івент-агентствах; у засобах масової інформації; відділах реклами, маркетингу та зв'язків з громадськістю в бізнес-структурах, закладах соціально-культурної та дозвілєвої сфери тощо на посадах: 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою
Академічні права випускників	Можливість здобуття освіти на другому (магістерському) рівні за магістерськими програмами з журналістики або здобувати додаткові кваліфікації у системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, що передбачає посилення практичної орієнтованості, демократичні засади викладання, зокрема особистісно орієнтований, діяльнісний, творчий підходи. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, семінарських, практичних занять, лабораторних робіт. Передбачені самостійна робота (виконання індивідуальних завдань, групових проєктів); консультації з викладачами; електронне навчання за окремими освітніми компонентами, проходження практик, захист кваліфікаційної бакалаврської роботи.
Оцінювання	Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання здобувачів за всі види аудиторної та позааудиторної освітньої діяльності у вигляді вхідного, проміжного, підсумкового (семестрового) контролю, а також атестації. Вхідний контроль (тестування), проміжний контроль (усне опитування, есе, письмовий експрес-контроль/комп'ютерне тестування, індивідуальні проєкти), модульні контрольні роботи, підсумковий семестровий контроль (заліки, іспити в усній, письмовій (тестування), комбінованій формах, захист звітів з практики), атестація (захист кваліфікаційної бакалаврської роботи).
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК 2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 3. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 6. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 7. Здатність працювати в команді. ЗК 8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 9. 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. ЗК 10. 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. ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою. ЗК 12. Здатність спілкуватися іноземною мовою

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК 1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. СК 2. Здатність формувати інформаційний контент. СК 3. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації. СК 4. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність. СК 5. Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт. СК 6. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності та професійної дії в умовах кризових комунікацій. СКУ 7. Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку. СКУ 8. Здатність володіти емоційним інтелектом в умовах професійної діяльності.
7 - Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
РН 1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань	
РН 2. Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції	
РН 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами	
РН 4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел	
РН 5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань	
РН 6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків	
РН 7. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег	
РН 8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань	
РН 9. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства	
РН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень	
РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою	
РН 12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою	
РН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук	
РН 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації	
РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення	
РН 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію	
РН 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах	
РН 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва	

РНУ 19. Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту.

РНУ 20. Володіти емоціями з метою збереження емоційного балансу і налаштованості на позитивний результат в умовах професійної діяльності

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення освітньої програми здійснюється професорсько-викладацьким складом кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики. За потреби, окремі дисципліни викладають працівники інших кафедр університету відповідно до їхньої компетентності та досвіду. Практико-орієнтований характер освітньої програми передбачає широку участь фахівців-практиків, які відповідають спеціальності, за якою реалізується освітня програма, що підсилює синергетичний зв'язок теоретичної та практичної підготовки. Кадрове забезпечення освітньої програми відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності.
Матеріально-технічне забезпечення	Викладання навчальних дисциплін здійснюється в аудиторіях загального та спеціального призначення. Для успішної реалізації освітньої програми використовуються аудиторні приміщення з інтерактивними дошками, екранами для презентацій. Використовуються спеціально обладнані апаратно-програмним забезпеченням, наочними та методичними матеріалами центри розвитку компетентностей Факультету журналістики: Центр мультимедійних технологій, Інформаційно-аналітичний центр, Навчально-виробнича майстерня «Грінченко-інформ», Навчальна лабораторія радіомовлення, Центр сучасних комунікацій, Навчально-виробнича майстерня тележурналістики Астудія. Діють власні об'єкти соціально-побутової інфраструктури (їдальня, буфети, гуртожитки, актові зали, спортивні зали, стадіон, спортивні майданчики, медичний пункт, басейн).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт Київського столичного університету імені Бориса Грінченка https://kubg.edu.ua містить інформацію про освітню програму, навчальну, методичну, наукову та виховну діяльність, нормативні документи; інформаційні матеріали, які висвітлюють діяльність структурних підрозділів, задіяні в організації та здійсненні освітнього процесу. Для всіх освітніх компонентів розроблено навчально-методичне забезпечення: робочі програми навчальних дисциплін; методичні матеріали до проведення семінарських та практичних занять; дидактичне забезпечення самостійної роботи студентів (у т.ч. з використанням ІКТ); програми всіх видів практик; методичне забезпечення атестації. З метою розширення можливостей доступу до якісного навчання створені електронні навчальні курси в системі електронного навчання Moodle. Цифровий кампус Університету створює для здобувачів освіти зручні умови доступу до цифрової освіти, зокрема е-навчання, мобільного додатку для системи е-навчання, сервіси для організації занять онлайн (Google Meet (корпоративний), Google Chat, Google Hangouts, Google Classroom). Відеоінструкції для користувачів.

	Працює бібліотека, читальний зал забезпечено бездротовим доступом до мережі Інтернет, інформаційні ресурси бібліотеки за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі; надають можливість доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою (Web of Science, Scopus). Створено інституційний репозиторій, надані ресурси відкритого доступу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	-
Міжнародна кредитна мобільність	Укладено угоди про академічну мобільність (Еразмус+ K1), з Університет Жирони (Жирона, Іспанія) Академія Яна Длугоша (Ченстохова, Польща) Університетом Короля Хуана Карлоса (Мадрид, Іспанія) Латвійським університетом (Рига, Латвія)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно ліцензії передбачається підготовка іноземців та осіб без громадянства. Процес навчання ведеться українською мовою, тому громадяни інших країн, які володіють українською мовою не нижче рівня B1, можуть отримувати освіту за даною освітньою програмою.

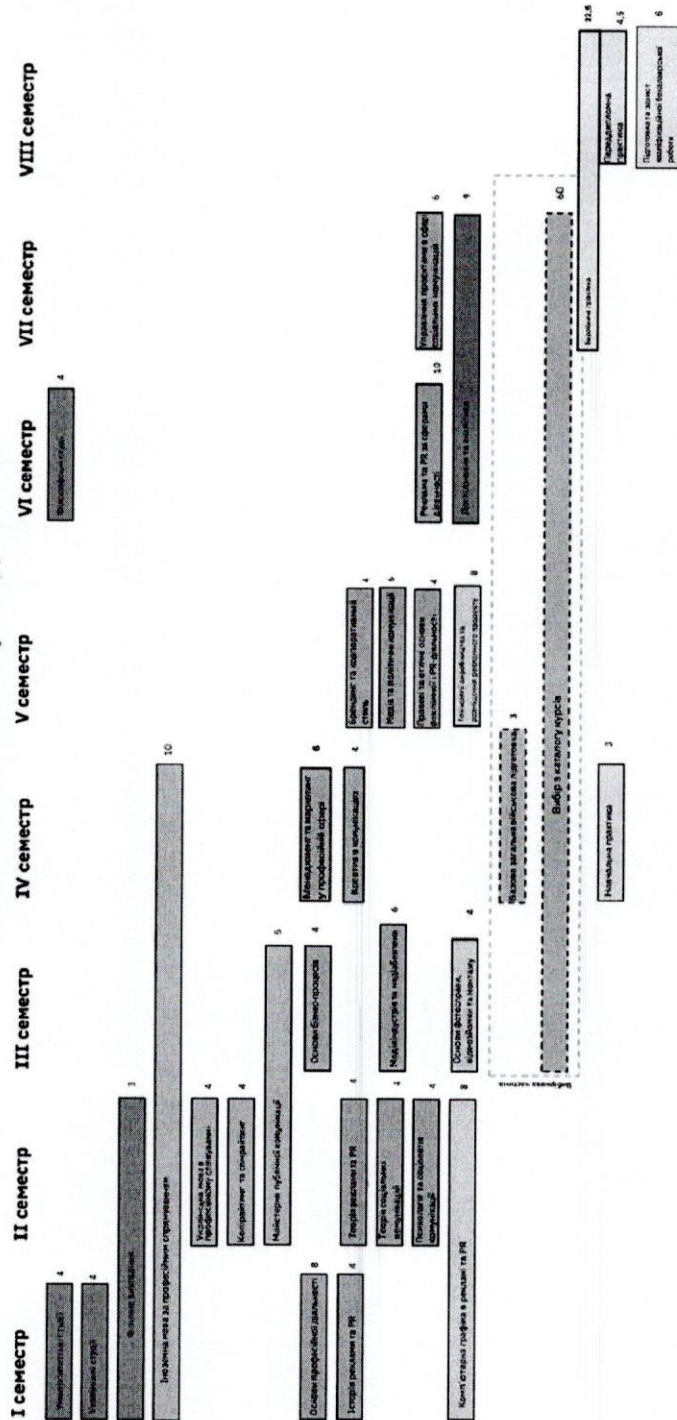
II. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів ОП

Код освітнього компонента	Код (№ з/п) навчальної дисципліни, практики, атестації у навчальному плані	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти ОП				
ОК 1	ОДЗ.01	Університетські студії	4	залік
ОК 2	ОДЗ.02	Українські студії	4	іспит
ОК 3	ОДЗ.03	Філософські студії	4	іспит
ОК 4	ОДЗ.04	Іноземна мова за професійним спрямуванням	10	заліки, іспит
ОК 5	ОДЗ.05	Фізичне виховання	3	залік
ОК 6	ОДФ.01	Українська мова в професійному спілкуванні	4	залік
ОК 7	ОДФ.02	Теорія соціальних комунікацій	4	іспит
ОК 8	ОДФ.03	Копірайтинг та спічрайтинг	4	залік

1	2	3	4	5
ОК 9	ОДФ.04	Майстерня публічної комунікації	5	залік
ОК 10	ОДФ.05	Психологія та соціологія комунікації	4	іспит
ОК 11	ОДФ.06	Основи професійної діяльності	8	іспит
ОК 12	ОДФ.07	Історія реклами та PR	4	іспит
ОК 13	ОДФ.08	Теорія реклами та PR	4	іспит
ОК 14	ОДФ.09	Креатив у комунікаціях	4	залік
ОК 15	ОДФ.10	Медіаіндустрія та медіабезпека	6	іспит
ОК 16	ОДФ.11	Правові та етичні основи рекламної та PR-діяльності	4	іспит
ОК 17	ОДФ.12	Комп'ютерна графіка в рекламі та PR	8	залік, залік
ОК 18	ОДФ.13	Основи фотосправи, відеозйомки та монтажу	4	залік
ОК 19	ОДФ.14	Технології виробництва та розміщення рекламного продукту	8	іспит
ОК 20	ОДФ.15	Основи бізнес-процесів	4	іспит
ОК 21	ОДФ.16	Менеджмент та маркетинг у професійній сфері	6	іспит
ОК 22	ОДФ.17	Управління проєктами в сфері соціальних комунікацій	6	іспит
ОК 23	ОДФ.18	Медіа та політичні комунікації	6	іспит
ОК 24	ОДФ.19	Реклама та PR за сферами діяльності	10	іспит
ОК 25	ОДФ.20	Брендинг та корпоративний стиль	4	іспит
ОК 26	ОДФ.21	Дослідження та аналітика	9	залік, іспит
ОК 27	ОП.01	Навчальна практика	3	залік
ОК 28	ОП.02	Виробнича практика	22,5	залік
ОК 29	ОП.03	Переддипломна практика	4,5	залік
ОК 30	ОА.01	Підготовка та захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	6	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів			177	
Вибіркові компоненти освітньої програми (додаток 1)				
ВК 1	ВДД.01	*Базова загальна військова підготовка (теоретична підготовка) / **Додаткова вибіркова навчальна дисципліна з каталогу курсів	3	залік
ВК 2	ВД.01	Вибір освітніх компонентів з каталогу курсів на відповідну кількість кредитів	60	заліки
Загальний обсяг вибірових компонентів			63	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			240	

«Реклама і зв'язки з громадськістю»



III. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснюється у формі *захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи*.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Кваліфікаційна бакалаврська робота являє собою практико-орієнтований проєкт з втіленням рекламних та PR-технологій, до якого додають пояснювальну записку, створені рекламні та PR-продукти.

Кваліфікаційна бакалаврська робота має продемонструвати здатність здобувача розв'язувати складні спеціалізовані задачі та/або практичні проблеми в галузі реклами та PR, має характеризуватись комплексністю підходів до вирішення завдань, мати перспективи практичного упровадження результатів.

Кваліфікаційна бакалаврська робота в обов'язковому порядку проходить перевірку на наявність академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації та інших видів академічної недоброчесності. Кваліфікаційна робота оприлюднюється на офіційному сайті Університету (у репозитарії).

Виконання освітньо-професійної програми в повному обсязі завершується видачею випускнику документа встановленого зразка.

IV. Матриця відповідності програмних компонентів освітньої програми

[illegible]

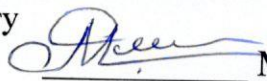
Додаток 1 – ВИБІРКОВА ЧАСТИНА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Реалізація студентами права на вільний вибір навчальних дисциплін, передбаченого пунктом 15 частини першої статті 62 Закону України «Про вищу освіту» в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка відбувається відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка, затвердженого рішенням Вченої ради Університету від 26 вересня 2024 року (протокол №12), введеного в дію наказом від 30.09.2024 №757, а також до Положення про порядок та умови здійснення вибору навчальних дисциплін здобувачами Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, затвердженого рішенням Вченої ради Університету від 21 березня 2024 року (протокол № 2), введеного в дію наказом від 21.03.2024 №254.

Вибір з каталогу курсів

Вибір дисциплін із Каталогу курсів з урахуванням власних потреб та інтересів щодо майбутньої фахової діяльності дозволяє студенту поглибити свої знання та здобути додаткові загальні і фахові компетентності в межах споріднених спеціальностей і галузей знань, ознайомитись із сучасним рівнем наукових досліджень інших галузей знань, розширити або поглибити знання за загальними компетентностями.

Керівник робочої групи (гарант освітньої програми)
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка



Маргарита НЕТРЕБА