

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2025 року



ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

для здобувачів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>2522/25</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
<u>ЖМ</u> (прізвище)	(прізвище, ініціали)
« <u>25</u> »	20 <u>25</u> р.

Київ – 2025

Розробники:

Ужанська Тетяна Іллівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Університету Грінченка;

Белофастова Таїсія Юріївна, к.п.н., доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Університету Грінченка.

Програму практики розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 1 від 26.08.2025 р.

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Програму практики погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

___ ___ 2025 р.

Гарант освітньо-професійної програми М. М. Нетреба

Програму практики перевірено

___ ___ 2025 р.

Заступник декана факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Р.В. Дьяченко Р.В. Дьяченко

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

1. Опис практики

Найменування показників	Характеристика навчальної практики	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Вид практики	обов'язкова	
Загальний обсяг кредитів/годин	3 кредити/90 годин	
Курс	2	
Семестр	4	
Кількість змістовних компонентів із розподілом:		
Обсяг кредитів	3	
Обсяг годин	90	
Тривалість (у тижнях)	2	
Форма семестрового контролю	залік	

2. Бази практики

Базами практики є державні, приватні та комунальні установи, що здійснюють рекламну та PR-діяльність.

Орієнтовний перелік баз для проходження навчальної практики:

- Управління інформаційного забезпечення та доступу до публічної інформації апарату виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);
- Департамент культури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);
- Центр у справах сім'ї та жінок Шевченківського району м. Києва;
- Український центр культурних досліджень;
- Національна всеукраїнська музична спілка;
- Громадська спілка «Асоціація креативних індустрій України»;
- Громадська організація «Асоціація корпоративних медіа України»;
- Громадська організація «Літопис Незламності»;
- Громадська організація «Каннські Леви в Україні»;
- Громадська організація «Молодіжний центр ефективних комунікацій»;
- Громадська організація «Міжнародна школа рівних можливостей»;
- ТОВ «Агентство маркетингових комунікацій «ДІАЛЛА»;
- Благодійна організація «Благодійний фонд «Пробіг під каштанами»;
- Театрально-концертний заклад культури «Київський академічний театр українського фольклору «БЕРЕГІНЯ»;

- Концертно-театральний заклад культури «Український академічний фольклорно-етнографічний ансамбль «Калина»;
- КП «Київський культурний кластер» (на базі кластера «Краків»).

Бази практики підбираються відповідно до завдань, поставлених від баз практики і з реальними професійними середовищами для формування конкурентно спроможних фахівців. До переліку баз практики кафедрою можуть вноситись зміни (доповнення, заміни, відміни), спрямовані на підвищення ефективності практики.

Здобувач має право проходити навчальну практику на самостійно обраній базі практиці за умови можливості виконання завдань, відповідно до програми практики.

3. Мета та завдання практики

Навчальна практика – це знайомство з особливостями професії рекламіста та фахівця з PR-технологій.

Метою практики є ознайомлення із специфікою професії, розширення та закріплення отриманих теоретичних знань, набуття практичного досвіду з освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»: проведення SWOT-аналізу, застосування і використання інтегрованих маркетингових комунікацій, ознайомлення з організацією та плануванням рекламної кампанії, особливістю організації PR-заходів, аналіз інформації у медіа та соціальних мережах, участь у підготовці іміджевих та PR-статей.

Завдання практики спрямовані на формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, пов'язаних з процесом підготовки рекламних та PR-продуктів, їхньої конкурентоспроможності на ринку; ознайомити із специфікою діяльності, структурою спеціалізованих агенцій, рекламних та PR- відділів (служб), обов'язками їх працівників.

Навчальна практика сприяє розвитку таких компетентностей:

- загальні компетентності:

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 6. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

- спеціальні (фахові) компетентності:

СК 1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК 2. Здатність формувати інформаційний контент.

4. Результати проходження навчальної практики

Проходження навчальної практики спрямоване на отримання таких *х результатів навчання за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», рівня вищої освіти першого («бакалаврського»):*

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 6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків

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.

У результаті проходження практики здобувачі навчаються:

- аналізувати діяльність баз практик, їх корпоративні атрибути: сайти та активність в соціальних мережах;
- створювати публікації на теми популяризації компанії (іміджеві та PR-статті);
- вміти написати пресанонс, пресреліз, постреліз до визначених заходів;
- створювати презентацію (аналітично-дослідницьку, іміджеві, піар-презентацію);
- приймати участь в організації рекламної кампанії, вміти комунікувати з працівниками фірми;
- аналізувати всі види реклами (інформаційну, нагадувальну, переконуючу, іміджеву, а також соціальну, політичну тощо);
- аналізувати програми піар-заходів для різних цілей;

5. Структура практики

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Вивчення документації та планування діяльності	
1) Установча конференція	2
2) Вивчення документації, пов'язаної із проходженням практики	2
3) Планування практики, визначення завдань для кожного змістовного компоненту та узгодження із керівником від кафедри	6

	Разом	10
Етап 2. Робота на базі практики		
1) Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів		5
2) Ознайомлення із порядком роботи, узгодження завдань із керівником від кафедри й бази практики		5
3) Планування своєї роботи на базі практики		3
4) Створення рекламних та PR продуктів, участь в івентах, робота над власним звітом		60
5) Виконання самостійного завдання		5
6) Оформлення документації та створення звітної презентації про проходження практики		2
	Разом	80
	Усього	90

6. Зміст практики

- 1) Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів.
- 2) Узгодження завдань із керівниками від кафедри й бази практики. Визначення напрямку діяльності студента в організації.
- 3) Ознайомлення із структурою організації і порядком роботи в організації. Визначення напрямку діяльності студента; узгодження завдань та графіку практики.
- 4) Виконання завдання практики. Планування свого звіту про роботу.
- 5) Робота над звітом. **Звіт про роботу організації** має включати наступні компоненти:
 1. Інформаційна довідка: (назва, тип, дата заснування, форма власності, логотип, корпоративні атрибути, відповідність ефективності роботи фірми в Інтернет просторі).
 2. Історія фірми, аналіз попередніх проведених рекламних компаній
 3. Структура (філії, відділи тощо).
 4. Функції працівників відділу маркетингу, реклами, дизайну тощо. Мета і завдання їх діяльності.
 5. Аналіз організації департаменту маркетингу, відділу реклами, зв'язків з громадськістю тощо.
 6. Характеристика проведених заходів фірми щодо популяризації товару (послуги) та проведення PR-заходів.
 7. Робота з клієнтами / цільовою аудиторією.
 8. Висновки.
- 6) Оформлення звіту про проходження практики. Участь у звітній конференції. Самостійна робота.

Звітування про проходження навчальної практики. Залік

План

- 1) Оформлення документації про проходження практики.

- 2) Підготовка матеріалів та презентації для захисту.
- 3) Звітна конференція, захист результатів практики, презентація власного звіту.

6.1. Особливості організації і проведення практики

Навчально-методичне керівництво практикою студентів спеціальності 061 Журналістика освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» здійснює кафедра реклами та зв'язків з громадськістю факультету журналістики.

Для організації практики здійснюється:

- розроблення і затвердження програми практики;
- розроблення і затвердження форм звітної документації;
- встановлення баз практик і укладання договорів про проведення практик з відповідними організаціями.

Бази практики та форми її проведення підбираються відповідно до її завдань та затверджуються кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю. До переліку баз практики та заходів кафедрою можуть вноситись зміни (доповнення, заміни, відміни), спрямовані на підвищення ефективності практики.

Не пізніше ніж за місяць до початку практики студент повинен: визначитися із місцем її проходження, послуговуючись наявною на кафедрі базою практики або самостійно; погодити свій вибір із керівником практики і подати на кафедру лист-клопотання (погодження) від організації, яка приймає студента для виконання завдань навчальної практики.

На початку практики студенти ознайомлюються з програмою практики, дізнаються основні вимоги щодо проходження практики, проходять консультацію-інструктаж щодо проходження практики і оформлення документів за її результатами; отримують необхідні для успішного проходження практики рекомендації, документи.

Розподіл студентів на бази практики і призначення керівників із числа викладацького складу кафедри відбувається за розпорядженням декана Факультету журналістики. Керівники практики від кафедри та від баз практики перевіряють організацію та якість проходження практики студентами.

Від організації, що є базою практики, керують спеціалісти з числа досвідчених, найбільш кваліфікованих співробітників, яких призначено наказом адміністрації цього підприємства.

Для виконання завдань практики студент повинен детально ознайомитись з технологією та організацією виробництва, особливостями і специфікою організації, її функціональними підрозділами, відділами, а також з технічним забезпеченням виробничого процесу, умовами праці, особливостями програмного забезпечення тощо. В разі проходження студентами практики дистанційно, керівник практики від кафедри перевіряє ідентичність існуючих програм у практиканта і допомагає в разі невідповідності.

Викладачі кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, які призначені керівниками практики, забезпечують організаційно-методичну роботу студентів-практикантів. Керівником практики вирішуються всі питання щодо організації практики та можливості відпрацювання питань з організації роботи студентів у відповідних базах практики. До керівництва практикою студентів залучаються досвідчені викладачі кафедри, які беруть безпосередню участь у навчальному процесі.

6.2. Завдання для самостійної роботи та / або перелік індивідуальних завдань для студентів

Вид практики	Завдання
Навчальна практика	Опис місії організації (фірми) з елементами застосування маркетингової комунікаційної політики; імідж фірми; аналіз конкурентів.

6.3. Обов'язки студентів під час проходження практики

Студенти при проходженні практики зобов'язані:

- під час установчої конференції до початку практики ознайомитися із розпорядженням про проведення практики;
- одержати від викладача-керівника копію розпорядження (витяг) про направлення на базу практики, програму практики та інші методичні матеріали, передбачені програмою (щоденник, календарний план, індивідуальне завдання, методичні вказівки тощо) та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів та форм звітності;
- своєчасно прибути на базу практики;
- ознайомитися з правилами техніки безпеки, охорони праці, внутрішнього трудового розпорядку бази практики й суворо їх дотримуватися;
- у повному обсязі виконувати завдання, передбачені програмою практики;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- своєчасно оформити звітну документацію;
- захистити звіт про проходження практики.

6.4. Обов'язки керівників практики від кафедри та від бази практики

Керівниками практики від кафедри призначаються кваліфіковані викладачі, в обов'язки яких входить низка заходів, зокрема:

- розподіляють студентів за базами практики;
- знайомлять студентів із програмою практики, метою, завданнями, критеріями оцінювання, системою та формами звітності;
- контролюють своєчасне прибуття студентів до бази практик та її відвідування, виконання студентами програми практики та

індивідуального завдання, строків її проведення, правил внутрішнього розпорядку баз практики;

- отримують від адміністрації бази практики копії (витягу) наказу / розпорядження про прийняття студентів на практику із зазначенням строків та призначенням безпосередніх керівників від бази практики;
- забезпечують разом із керівниками від бази практики якісне проходження практики студентами відповідно до затвердженої програми;
- контролюють умови праці й побуту студентів на базі практики, проводять з ними обов'язкові інструктажі;
- надають допомогу студентам під час виконання завдань практики, збору матеріалів до проєктів;
- проводять консультації щодо обробки зібраного матеріалу та його використання у звіті про проходження практики;
- беруть участь в установчій і звітній конференціях;
- беруть участь у комісії із захисту студентських звітів про практику та передавання їх на кафедру для зберігання;
- оцінюють результати проходження практики;
- забезпечують своєчасне оформлення й надання документації щодо оплати праці керівниками від бази практики, керівнику від структурного підрозділу.

Керівники від бази практик мають бути кваліфіковані фахівці, призначені відповідним наказом. Вони приймають студентів на практику згідно з календарним планом, проводять інструктажі з техніки безпеки та охорони праці (ввідний та на робочому місці), створюють належні умови для виконання студентами програм практики, не допускають ситуацій використання практикантів для виконання робіт, що не відповідають програмі практики та їхньому майбутньому фаху.

Керівники від бази практик надають студентам можливість користуватися бібліотеками, лабораторіями, кабінетами, матеріально-технічними засобами, інформаційними ресурсами та іншими документами, необхідними для виконання програми практики.

Керівники від бази практик ведуть облік виходу на роботу студентів практикантів й повідомляють про всі порушення трудової дисципліни та інші порушення адміністрації університету. Після закінчення практики дають характеристику на кожного студента-практиканта, в котрій відображується виконання ним програми практики, якість підготовленого звіту тощо.

7. Контроль навчальних досягнень

7.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Види робіт / діяльності студента	Форма звітності	Максимальна кількість балів		
		За одиницю	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Навчальна практика				
Виконання завдань практики	Звіт про діяльність бази практики: виконані завдання (див. п. 6.5)	60	1	60
Виконання завдання самостійної роботи	Виконане завдання представлене у звіті, під відповідною рубрикою «індивідуальне завдання (див. п. 6.2)	10	1	10
Підготовка звітної документації	Заповнений відповідно до вимог щоденник, наявність характеристики та відгуку керівників	10	1	10
Публічний захист результатів практики на звітній конференції	Публічний виступ, презентація у форматі Microsoft PowerPoint на корпоративному шаблоні	20	1	20
Разом				100
Максимальна кількість балів: 100				
Розрахунок коефіцієнта: коефіцієнт – 1				

7.2. Перелік звітної документації

Після закінчення терміну практики здобувачі звітують про виконання програми. Здобувач-практикант зобов'язаний впродовж трьох днів подати керівнику від кафедри звітні документи.

До матеріалів звіту належать:

- Щоденник практики (підписаний керівником практики); - див. Додаток 1.
- Характеристика (підписана керівником від бази практики і завірена печаткою чи штампом бази практики або на корпоративному бланку); - див. Додаток 2.
- Відгук керівника від кафедри реклами та зв'язків з громадськістю з висновками; - див. Додаток 3.
- Титульна сторінка – див. Додаток 4.

- Додатки до звіту демонструються в презентації, яка створена здобувачем протягом практики.

7.3. Система контролю та критерії оцінювання

Підсумкове звітування й захист практики відбувається перед комісією, до складу якої входять керівники практики від університету і, за можливості, від баз практики, викладачі кафедри.

За результатами захисту виставляється оцінка, яка відповідає вимогам Болонського процесу, фіксується у відомості і в заліковій книжці здобувача.

Здобувачу, який не виконав програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики повторно при виконанні умов, визначених факультетом.

7.4. Шкала відповідності оцінок

Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
90-100	A – відмінний рівень знань \ умінь \ навичок в межах обов’язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
82-89	B – достатньо високий рівень знань \ умінь \ навичок в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
75-81	C – в цілому добрий рівень знань \ умінь \ із незначною кількістю помилок
69-74	D – посередній рівень знань \ умінь \ із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
60-68	E – мінімально можливий допустимий рівень знань \ умінь \ навичок
1-59	FX - обов’язкове повторне проходження – досить низький рівень знань \ умінь \ навичок, що вимагає повторного проходження

8. Рекомендовані джерела

1. ДСТУ 3017-2015. Інформація і документація. Видання основні види. Терміни та визначення понять. На заміну ДСТУ 3017-95; Чинний з 2016.07.01.-IV. 38 с. URL: https://ksv.do.am/GOST/dstu_3017-2015.pdf (дата звернення: 19.08.2023) .
2. Видання інформаційні. Загальні вимоги : ДСТУ 4826:2007 : (ISO 8:1977, NEQ; ISO 1086:1991, NEQ). Вид. офіц. Чинний від 2009-01-01. Київ : Держспоживстандарт, 2008. 9 с. (Нац. стандарт України). (Інформація та документація).
3. Видання. Вихідні відомості : ДСТУ 4861:2007 : (ISO 8:1977, NEQ; ISO 1086:1991, NEQ; ISO 7275:1985, NEQ). Вид. офіц. Чинний від 2009-01-01. Київ : Держспоживстандарт України, 2009. 45 с. (Нац. стандарт України). (Інформація та документація).

4. Записування і відтворення інформації. Терміни та визначення : ДСТУ 2737-94. [Чинний від 1995-07-01]. Київ : Держстандарт України, 1994. 158 с.
5. Про Рекламу : Закон України. *Відом. Верхов. Ради України. (ВВР)*. 1996. № 39, ст. 181. В ред. Закону №3498-IX від 22.11.2023. URL: <http://surl.li/pjti> (дата звернення: 19.08.2025).
6. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України. *Відом. Верхов. Ради України (ВВР)*. 2003. №36. С. 275; В ред. Закону № 2801-IX від 01.12.2022. URL: <http://surl.li/orlx> (дата звернення: 19.08.2025).
7. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-ХІІ. *Відом. Верхов. Ради України*. 1992. № 48. Ст. 650; В ред. Закону №3005 від 23.03.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 19.08.2025) .
8. Балабанова Л., Юзик Л. Рекламний менеджмент. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 391 с.
9. Ужанська Т. І. Дослідження, які проводяться для прийняття рішень з маркетингових комунікацій. *Інтегровані комунікації*. 2022. 2 (14). С. 38 – 47. URL: <http://surl.li/qvqlu> (дата звернення: 19.08.2025).

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Освітня програма 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Щоденник

з навчальної практики

на базі

Виконавець:

здобувач (ка) _____ курсу
групи _____

(ПІБ)

Керівник практики від кафедри
(посада, вчене звання, ступінь)

(ПІБ)

№	Дата	Назва виконаного завдання	Термін виконання завдання	Відмітка про виконання
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				

Здобувач(ка)

(підпис)

..... ПІБ

Керівник бази практики
(посада)

..... ПІБ

(підпис, печатка)

« _____ » _____ 20 __ року

Керівник
навчальної практики
від кафедри

(підпис)

..... ПІБ

Характеристика і оцінка від керівника бази практики

(назва бази практики)

Керівник бази практики, посада

_____ (підпис) _____ (прізвище та ініціали)

Печатка

«_____» _____ 20__ року

**Відгук з висновками керівника практики
від кафедри реклами та зв'язків з громадськістю**

Керівник практики від кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

(підпис)

(прізвище та ініціали)

**Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю**

ЗВІТ

про проходження навальної практики на базі

.....

Виконавець:

здобувач(ка) ___ курсу

групи _____

(ПІБ)

***Керівник практики від
кафедри:***

(ПІБ, посада, вчений ступінь та звання)