

**1. Мета дисципліни** – системна робота над підготовкою кваліфікаційного інноваційного проєкту у сфері бренд-комунікацій, зокрема підготовка плану-проспекту (синопсису) проєкту, включно із загальними відомостями про нього, ключовими характеристиками проєкту, планом розробки проєкту та формування системи бренд-комунікацій, очікуваною ефективністю проєкту й аналізом ризиків; а також формування списку базової навчальної та спеціальної літератури, публікацій та інших джерел, які будуть використані для підготовки кваліфікаційного проєкту.

**2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:**

*1. Знати:* теоретичні основи фахових дисциплін, що вивчалися упродовж I-го семестру магістратури; основні новітні досягнення в галузі медіакомунікацій; принципи запровадження інновацій.

*2. Вміти:* користуватися практичними навичками, здобутими під час навчання в магістратурі; працювати з джерелами різних типів; збирати емпіричний матеріал для власного дослідження; продумувати проєкт від ідеї до реалізації.

**3. Анотація навчальної дисципліни:** переддипломна практика здобувачів освітнього ступеня «магістр» є основним і обов'язковим складником освітньо-професійної програми «Журналістика та медіакомунікації». Під час переддипломної практики магістранти остаточно визначаються з темою кваліфікаційного магістерського інноваційного проєкту та його керівником від однієї з кафедр Навчально-наукового інституту журналістики, повідомляючи про це відповідну кафедру (подають заяву); опрацьовують джерела для формування опису власного проєкту і працюють над планом-проспектом (синопсисом) кваліфікаційного магістерського інноваційного проєкту.

**4. Завдання (навчальні цілі):** підготувати розгорнений, узгоджений із керівником, план-проспект (синопсис) кваліфікаційного магістерського інноваційного проєкту із описом його змістової частини відповідно до Положення про інноваційний проєкт, оприлюдненого на сайті Навчально-наукового інституту журналістики; сформувати список базової навчальної та спеціальної літератури, публікацій та інших джерел, які будуть використані для підготовки кваліфікаційного проєкту.

Дисципліна спрямована на формування таких програмних компетентностей:  
ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК-5. Вміння виявляти та вирішувати проблеми.

ЗК-9. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ФК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей.

ФК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог.

ФК-8. Здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької або інноваційної діяльності.

### 5. Результати навчання за дисципліною:

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має:

<i>Результат навчання</i> (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація*; 4. автономність та відповідальність*)	
Код	Результат навчання
	<b>Знати:</b>
1.1	предмет, методи, завдання, теоретичні основи професійної етики в рекламній діяльності та бренд-менеджменті
1.2	понятійно-категоріальний апарат національного брендингу та реклами
1.3	зв'язок між професійною культурою та професійною мораллю як основою професійної етики
1.4	методи та механізми розв'язання основних моральних дилем сучасних практик
1.5	засоби і прийоми подолання розриву між загальними моральними принципами та вимогами корпоративної етики
	<b>Вміти:</b>

2.1	демонструвати знання спеціалізованої літератури із етики рекламної діяльності та брендингу
2.2	кваліфіковано виявляти складні гострі ситуації етики практичної діяльності
2.3	аргументовано вибирати рішення щодо відкритих проблемних етичних ситуацій в рекламній діяльності та брендингу
2.4	давати експертну оцінку мотивів, норм, ціннісних орієнтирів професійної поведінки та діяльності
2.5	формувати потенційно перспективні шляхи виходу із складних морально-етичних ситуацій
	<b>Комунікація:</b>
3.1	вести теоретичний дискурс щодо актуальних питань етики рекламної діяльності та бренд-менеджменту
3.2	використовувати знання іноземних мов для аналізу інформаційних інтернет-ресурсів, читання новітньої професійної літератури для підготовки до семінарських занять та написання самостійних робіт
	<b>Автономність та відповідальність:</b>
4.1	самостійно шукати та критично опрацьовувати літературу із відповідних досліджень, вільно володіти методами обробки, аналізу та синтезу наукової інформації
4.2	виробляти критичне відношення до існуючих варіантів інтерпретації і вирішення морально-етичних проблем і конфліктів, в сучасних практиках професійної і корпоративної діяльності; формувати власні підходи до вирішення даної проблематики

**6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання**

Результати навчання дисципліни	1. 1	1. 2	1. 3	1. 4	1. 5	1. 6	2. 1	2. 2	2. 3	2. 4	2. 5	3. 1	3. 2	3. 3	4. 1	4. 2	4. 3
Програмні результати навчання																	
ПРН-1. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності.	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН-5. Розробляти «дорожню карту» розв'язання виявленої проблеми.	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН-9. Демонструвати здатність знаходити замовників на проведення дослідження.			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН-11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН-16. Писати звіт про роботу медійного колективу з викладенням пропозицій щодо поліпшення професійної діяльності.							+	+	+	+	+		+	+	+	+	+

**7. Схема формування оцінки.** Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1 – 1.6), що складає 40% від загальної оцінки, та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.5); (комунікація 3.1-3.3); (автономність та відповідальність 4.1-4.3), що складає 60% загальної оцінки.

## **8. Особливості проходження практики.**

Магістранти проходять переддипломну практику в Навчально-науковому інституті журналістики. Керівниками переддипломної практики є співробітники будь-якої з кафедр Навчально-наукового інституту журналістики. Магістранти самостійно обирають собі керівника переддипломної практики, подаючи заяву встановленого зразка на відповідну кафедру. Заяву на затвердження теми кваліфікаційного інноваційного магістерського проєкту можна завантажити тут:

<http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/mahistram>

З Положенням про кваліфікаційний інноваційний медіапроєкт, структурою магістерського інноваційного проєкту, зразком титульної сторінки інноваційного проєкту можна ознайомитися на сайті Навчально-наукового інституту журналістики: <http://journ.knu.ua/innovatsiynyy-proekt/>

З документами, потрібними для проходження переддипломної практики, необхідно ознайомитися на сайті Навчально-наукового інституту журналістики: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/zrazky-dokumentiv>

З правилами ведення й оформлення щоденника практики можна ознайомитися на сайті ННІЖ:

<http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/vakansiji/bazy-praktyky>

З відповідями на типові запитання щодо проходження практики можна ознайомитися тут: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/nastanovy/vidpovidy-na-typovi-zapytannya>

З вимогами до захисту переддипломної практики можна ознайомитися тут: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/mahistram/vymohy-do-zakhystu-pereddyplomnoi-praktyky-pivtorarichna-mahistratura> Загальний обсяг переддипломної практики – 240 годин.

## **9. Рекомендовані джерела:**

1. Бредлі К., Гірт М., Сміт С. Стратегія за межами «хокейної ключки». Люди, ймовірності і переможні рішення / пер. з англ. О. Гординчук. К.: Лабораторія, 2021. 240 с.

2. Інноваційний проєкт [Положення; структура; зразок титульної сторінки; перелік документів для передзахисту]. URL: <http://journ.knu.ua/innovatsiynnyu-proekt/> (дата звернення: 25.06.2022).
3. Кавасакі Г. Мистецтво змінювання сердець, умів, дій: шлях зачарування в бізнесі / пер. з англ. В. Ярмольчук. Харків: Віват, 2020. 224 с.
4. Кирилова О. Методичні рекомендації щодо підготовки та оформлення кваліфікаційних робіт на здобуття другого магістерського рівня освіти (спеціальність 061 Журналістика) для студентів денної, заочної та дистанційної форм навчання. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, 2020. 24 с.
5. Методичні рекомендації до виконання дипломної роботи магістра для студентів відділення журналістики Ужгородського національного університету / Авт. кол.: Бідзіля Ю., Соломін Є., Шаповалова Г., Шаркань В., Шебештян Я. Ужгород, 2021. 64 с.
6. Методичні рекомендації до написання дипломних робіт для студентів спеціальності 061 "Журналістика" другого (магістерського) рівня [Електронний ресурс] / уклад. О. Просяник, О. Зима. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 45 с.
7. Положення МОН про проведення практики. URL: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/zakonodavcha-baza/polozhennya-mon-provedennya-praktyku> (дата звернення: 25.06.2022).
8. Положення про організацію та проведення практики в Інституті журналістики. URL: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/zakonodavcha-baza/polozhennya-pro-praktyku> (дата звернення: 25.06.2022).
9. Стратегія інформаційної безпеки України 2025. URL: <http://materialy.kmu.gov.ua/d08bb830/docs/cd2d9166/Dodatok.pdf> (дата перегляду: 08.06.2022).
10. Netflix і культура інновацій / Р. Гастінгс, Е. Маєр; пер. з англ. В. Галичиної. Харків: Віват, 2021. 352 с