

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

Навчально-науковий інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник декана/директора
з навчальної роботи

Корнєєв В. М

«___» _____ 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СТАЖУВАННЯ ЗА ПРОФЕСІЙНОЮ КВАЛІФІКАЦІЄЮ**

для студентів

галузь знань 06 журналістика
спеціальність 061 журналістика
освітній рівень магістр
освітня програма - «Бренд-комунікації»
вид дисципліни обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022 / 2023
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	8
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	диф. залік

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

Розробники: Волобуєва Анастасія Михайлівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри історії журналістики
Ромат Євгеній Вікторович, доктор наук із державного управління, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю,

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри реклами та зв'язків із громадськістю
_____ проф. Іванов В.Ф.

Протокол № 12 від «24» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол № 1 від «29» серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії _____ Волобуєва А. М.

«___» _____ 2022 року

1. Мета дисципліни – системна практична робота у реальних умовах практики діяльності медіапідприємства, що спрямована на закріплення умінь і навичок самостійної професійної роботи, ознайомлення з реаліями практики бренд-комунікацій, активне включення в повсякденну діяльність і організацію медіаіндустрії та формування основ професійної кар'єри здобувачів при безпосередній роботі на професійних базах: редакціях різних видів медіа, комунікаційних підрозділах, рекламних і PR-службах, прес-службах, у громадських організаціях, суб'єктах бізнес-діяльності (підрозділи маркетингових комунікацій) тощо.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни (за наявності):

1. Знати про місце та роль журналістики в суспільстві, соціальну відповідальність, професійну та корпоративну етику.
2. Володіти елементарними навичками професійної журналістської майстерності.
3. Знати основні типи бренд-комунікацій, їх комунікативні характеристики, переваги та недоліки, спроможність до інтегрування.

3. Анотація навчальної дисципліни: стажування за професійною кваліфікацією здобувачів освітнього ступеня «магістр» є основним і обов'язковим складником освітньо-професійної програми «Бренд-комунікації». Під час стажування здобувачі вдосконалюють практичні навички з журналістики, зокрема створення якісного медіапродукту різної тематики. Крім цього здобувачі набувають і вдосконалюють практичні навички в рекламній діяльності та у загальному спектрі бренд-комунікацій.

4. Завдання (навчальні цілі):

Дисципліна спрямована на формування таких програмних компетентностей:

- ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- ЗК-2. Здатність планувати час та управляти ним;
- ЗК-3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- ЗК-4. Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи;
- ЗК-5. Вміння виявляти та вирішувати проблеми;
- ЗК-6. Здатність приймати обґрунтовані рішення;
- ЗК-7. Здатність розробляти проекти та управляти ними;
- ЗК-8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

ЗК-9. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт під час визначення ефективності формування бренд-комунікацій, надання експертних послуг із точки зору впливу бренд-комунікацій на цільову аудиторію.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1.	Знати основні засади діяльності медіапідприємства, що спрямовані на формування брендів, зокрема основні принципи бренд-менеджменту та основні функції брендів.	Бесіди, самостійна робота.	Щоденник стажування	10 %
2.1.	Вміти аналізувати цілі брендингу медіапідприємства.	Бесіди, самостійна робота.	Щоденник стажування	10 %
2.2.	Вміти розробляти комплекс інструментів побудови та розвитку портфелю брендів медіапідприємства.	Консультації з керівником стажування, самостійна робота.	Щоденник стажування	20 %
2.3.	Вміти проводити певні дії із інформаційного забезпечення брендингової діяльності медіапідприємства	Бесіди, самостійна робота	Щоденник стажування	
3.1.	Презентувати результати власних досліджень / пошуків	Презентації, самостійна робота	Щоденник стажування	40 %
3.2.	Дискутувати та аргументовано відстоювати власну думку відносно обраних інструментів побудови брендів.	Бесіди, самостійна робота	Щоденник стажування	
3.3.	Готувати ефективні презентації власних ідей, проектів та захищати їхні положення	Презентації, самостійна робота	Щоденник стажування	

4.1.	Самостійно опрацювати матеріал, керувати своїм часом.	Самостійна робота.	Щоденник стажування	20 %
4.2.	Самостійно та в команді висувати креативні конструктивні ідеї та обговорювати їх у робочих групах.	Самостійна робота.	Щоденник стажування	
	Всього		Диференційований залік	100 %

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни	1.1	2.1	2.2	2.3	2.5	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2
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-8. Показувати проблемні питання у діяльності сучасних медіаорганізацій.	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ПРН-17. Робити самоаналіз у вигляді звіту про свою діяльність у сфері формування бренд-комунікацій.	+	+	+	+	+		+	+	+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання студентів:

Остаточний інструмент оцінювання результатів проходження здобувачем стажування - диференційований залік:

	Підсумкова оцінка
Мінімум	60
Максимум	100

Критерії оцінювання матеріалів стажування

Оцінювання стажування відбувається за виконання наступних видів робіт:

1. Виконання наскрізного проекту формування комплексу бренд-комунікацій об'єкту, що виступає базою стажування – 70 балів.
2. Звіт про роботу медіапідприємства, де проходило стажування: кваліфікація проблем інформаційної (медійної) діяльності та шляхів їх вирішення в колективі (редакції) – 30 балів.

Підсумкова оцінки керівника стажування: $70+30=100$ балів максимум.

Організація оцінювання. Стажування за професійною кваліфікацією триває сім тижнів відповідно до графіка навчального процесу. Графік проходження стажування та розподіл магістрів на стажування за професійною кваліфікацією оприлюднюється на сайті Навчально-наукового інституту журналістики: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/mahistram>

Студенти магістратури, які пройшли стажування за професійною кваліфікацією, подають керівникові стажування щоденник стажування та матеріали, які були узгоджені з керівником та визначені планом роботи. Форма подачі матеріалів – завантаження їх у відповідний гугл-клас упродовж двох днів після завершення стажування. Захист стажування за професійною кваліфікацією відбувається згідно з розкладом навчального процесу за умови своєчасного надання керівникові всіх матеріалів для перевірки упродовж тижня після завершення стажування.

Оцінювання стажування відбувається в межах 100 балів (із зазначенням «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent 90-100

Добре / Good 75-89

Задовільно / Satisfactory 60-74

Незадовільно / Fail 0-59

8. Особливості проходження стажування та корисні ресурси.

Основні настанови щодо проходження стажування/практики розміщені на сайті Навчально-наукового інституту журналістики: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/nastanovy/osnovni-nastanovy-schodoprohodzhennya-praktyku>

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

З правилами ведення й оформлення щоденника стажування можна ознайомитися на сайті ННІЖ: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/vakansiji/bazy-praktyku>

З відповідями на типові запитання щодо проходження стажування/практики можна ознайомитися тут: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/nastanovy/vidpovidi-na-typovi-zapytannya>
Керівниками стажування за професійною кваліфікацією є призначені розпорядженням директора співробітники ННІЖ.

Перелік баз стажування/практик оприлюднено на сайті Навчально-наукового інституту журналістики: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/vakansiji/bazy-praktyku> або самостійно обрати організацію для проходження стажування за професійною кваліфікацією.

Загальний обсяг стажування за професійною кваліфікацією – 240 годин.

9. Інформаційні джерела:

1. Положення МОН про проведення практики. URL: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/praktyka/zakonodavcha-baza/polozhennya-mon-pro-provedennya-praktyku> (дата звернення: 25.06.2022).
2. 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).

3. Стратегія інформаційної безпеки України 2025. URL:
<http://materialy.kmu.gov.ua/d08bb830/docs/cd2d9166/Dodatok.pdf> (дата
перегляду: 08.06.2022)