

8

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»

Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика
Кваліфікація: ступінь вищої освіти «бакалавр»
спеціальність «Журналістика»
спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю»



ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ

Голова вченої ради

/А.А. Мазаракі/

(протокол № 10 від "21" серпня 2018 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09 2018 р.



Ректор /А.А. Мазаракі/

(наказ № 866 від "16" серпня 2018 р.)

Київ 2018 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Федоришина Ірина Леонідівна, доцент кафедри маркетингу та реклами, к. психол.н., доц..
2. Ромат Євгеній Вікторович, завідувач кафедри маркетингу та реклами, д.н.д.у., проф.
3. Голік Оксана Василівна, доц. кафедри маркетингу та реклами, к. н. із соц. комунік., доц..
4. Насінник Вікторія Володимирівна, ст. викл. кафедри маркетингу та реклами, к. н. із соц. комунік.
5. Шашенко Світлана Юріївна, доц. кафедри сучасних європейських мов, кан.. філол. наук, доц.
6. Латигіна Наталія Анатоліївна, завідувач кафедри філософських та соціальних наук, д.п.н., проф.
7. Федорів Тетяна Володимирівна , виконавчий редактор, Громадське радіо України.
8. Білецька Алевтина Володимирівна , начальник відділу зв'язків із громадськістю ГК «Фокстрот», к. н. із соц. комунік.
9. Кучкін Микита Сергійович, студент факультету торгівлі та маркетингу, 3 курсу 8 групи, спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю».
10. Мисник Галина Олексіївна, студентка факультету торгівлі та маркетингу, 3 курсу 9 групи, спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Білецька Алевтина Володимирівна , начальник відділу зв'язків із громадськістю ГК «Фокстрот», к. н. із соц. комунік.
2. Федорів Тетяна Володимирівна , виконавчий редактор, Громадське радіо України.

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061 «Журналістика»
(за спеціалізацією "Реклама і зв'язки з громадськістю")**

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет; факультет торгівлі та маркетингу; кафедра маркетингу та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Журналістика» спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Офіційна назва освітньої програми	«Реклама і зв'язки з громадськістю»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний ступінь (надається на базі одного навчального закладу), 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки України (Україна) терміном дії до 01 липня 2021 р. на підставі наказу МОН України № 1102169 від 25.05.2011 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – перший цикл, EQF – LLL- 6 рівень
Передумови	- повна загальна середня освіта; - умови прийому на програму регламентується Правилами прийому до КНТЕУ.
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	До 01 липня 2022 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.knteu.kiev.ua

2 – Мета освітньої програми

Підготовка фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю, який досліджує ринкову позицію підприємства і у відповідності з цим визначає його політику у сфері реклами і зв'язків з громадськістю в умовах конкуренції, готує пропозиції щодо просування товарів та послуг за допомогою реклами і зв'язків з громадськістю, розробляє оригінал-макети комунікаційних звернень та рекламну кампанію і кампанію зі зв'язків з громадськістю підприємства

3 - Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 06 «Журналістика», спеціальність 061 «Журналістика», спеціалізація «Реклама та зв'язки з громадськістю». Дисципліни циклу загальної підготовки – 20%; Дисципліни циклу професійної підготовки – 47%; Дисципліни вільного вибору - 25 %; Практична підготовка студентів - 8%.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Формування системи професійних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань, пов'язаних з використанням технологій зв'язків з громадськістю та здійсненням рекламної діяльності підприємствами. Ключові слова: управління комунікаціями, репутацією та іміджем підприємства; стратегічне та тактичне планування системи комунікацій; створення продуктивних програм реклами та зв'язків з цільовими громадськостями; моніторинг та дослідження громадської думки та ставлення до корпоративного іміджу та репутації підприємства; технологій рекламної діяльності та діяльності з забезпечення корпоративних зв'язків з громадськістю.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері реклами і зв'язків з громадськістю; практична підготовка на підприємствах, які здійснюють рекламу і зв'язки з громадськістю.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: Кваліфікована виконавська діяльність у видавництвах, інформаційних та медійних агентствах, прес-службах, політичних, комерційних та громадських
--	--

	організаціях, медіаструктурах, науково-дослідних, експертних установах, навчальних закладах
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ – ENEA, 7-рівня EQF-LLL, 8-го рівня НРК України.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, відео-тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, ділові ігри, «мозкові атаки», ситуаційні вправи (метод «кейс-стаді»), робота в малих групах, дистанційне навчання
Оцінювання	Письмові екзамени, заліки, підсумковий контроль, усні та письмові опитування, оцінювання есе та презентацій, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт. Підсумкова атестація (кваліфікаційний екзамен) та випускова кваліфікаційна робота за Положенням про випускний кваліфікаційний проект (роботу), затверджене Вченою радою КНТЕУ 25 лютого 2015 року (протокол №6, п.7)
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Уміння застосовувати знання на практиці. ЗК 2. Усне та письмове спілкування рідною мовою. ЗК 3. Знання другої мови. ЗК 4. Навички роботи з ПК. ЗК 5. Дослідницькі уміння. ЗК 6. Здатність до самонавчання. ЗК 7. Робота в команді. ЗК 8. Навички роботи з інформацією (уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел). ЗК 9. Здатність генерувати нові ідеї (творчість). ЗК 10. Дотримання професійної етики та принципів і правил, що забезпечують безпеку життя.

<p>Фахові компетентності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Організувати моніторинг рекламної діяльності та кампаній зі зв'язків з громадськістю конкурентів підприємства;</p> <p>ФК 2. Проводити маркетингові дослідження;</p> <p>ФК 3. Формувати політику підприємства у сфері реклами і зв'язків з громадськістю;</p> <p>ФК 4. Формувати інформаційну політику підприємства;</p> <p>ФК 5. Створювати позитивну суспільну думку про підприємство;</p> <p>ФК 6. Створювати програми – розбудови позитивного іміджу підприємства;</p> <p>ФК 7. Розраховувати системи цільових громадськостей підприємства;</p> <p>ФК 8. Обґрунтовувати вибір засобів масової інформації як рекламних носіїв та оцінювати ефективність їх використання;</p> <p>ФК 9. Розробляти кампанії зі ЗМІ;</p> <p>ФК 10. Розробляти програми внутрішніх зв'язків з громадськістю, спонсорського пакету, фандрайзингової програми;</p> <p>ФК 11. Формувати медіаплатформи розміщення реклами;</p> <p>ФК 12. Розробляти план рекламної кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю в Інтернеті та оцінювати їх результативність;</p> <p>ФК13. Розробляти комунікаційні звернення;</p> <p>ФК 14. Розраховувати оптимальний бюджет рекламної кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю;</p> <p>ФК 15. Створювати рекламні та комунікаційні програми;</p> <p>ФК 16. Створювати інформаційні та рекламні матеріали для проведення комунікаційних кампаній підприємства;</p> <p>ФК 17. Розробляти комунікаційні та рекламні стратегії підприємства.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>ПРН 1. Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в практичній діяльності.</p> <p>ПРН 2. Застосовувати набуті загальнонаукові та фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері реклами та зв'язках з громадськістю.</p> <p>ПРН 3. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти для цілей реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>ПРН 4. Визначати цілі маркетингового дослідження, спрямованого на завдання реклами та зв'язків з громадськістю та проводити аналіз й інтерпретацію результатів дослідження.</p>

	<p>ПРН 5. Оцінювати та аналізувати стан комунікативного простору підприємства.</p> <p>ПРН 6. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 7. Спілкуватися іноземною мовою за професійним спрямуванням.</p> <p>ПРН 8. Будувати статистичні таблиці, графіки, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ.</p> <p>ПРН 9. Використовувати знання про механізми формування репутації, іміджу та поведінки сподивачів для рішення корпоративних завдань підприємства;</p> <p>ПРН 10. Показати вміння визначати цільові аудиторії, пріоритетні громадськості, впливові групи тощо для вирішення завдань реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>ПРН 11. Формувати програму рекламних комунікацій підприємства та здійснювати оцінку її ефективності.</p> <p>ПРН 12. Обґрунтовувати вибір носіїв реклами та розроблювати медіаплатформи.</p> <p>ПРН 13. Досліджувати зміст та характер іміджу, репутації та гудвілу підприємства як ресурсів конкурентоспроможності останнього на ринку.</p> <p>ПРН 14. Розроблювати рекламні звернення.</p> <p>ПРН 15. Створювати клієнтські бази.</p> <p>ПРН 16. Формувати програми моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.</p> <p>ПРН 17. Розроблювати стратегії управління репутацією та іміджу підприємства.</p> <p>ПРН 18. Розроблювати програму лояльності споживачів.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку спеціалістів з реклами та зв'язків з громадськістю є кафедра маркетингу та реклами КНТЕУ. Завідувач кафедри: доктор наук, професор. Навчальний процес забезпечується викладачами, 94% з яких мають науковий ступінь та/або вчене звання. З них доктори наук – 16%, кандидати наук – 78%. 22 % викладачів мають звання професора, 44% - звання доцента. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метрів на одну особу. 40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним</p>

	обладнанням. Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Нороткострокове навчання студентів за попередньо визначеним курсом в інших закладах вищої освіти.
Міжнародна кредитна мобільність	КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з: 1. Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Економіка та управління. 2. Університет Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Ділові комунікації.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземні громадяни можуть навчатися у КНТЕУ: - на підготовчому відділенні для іноземців та осіб без громадянства - 1 рік; - за напрямом підготовки та спеціальностями вищої освіти за освітнім ступенем «бакалавр»: денна форма навчання - 3 роки 10 місяців, заочна форма навчання - 4 роки 6 місяців.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

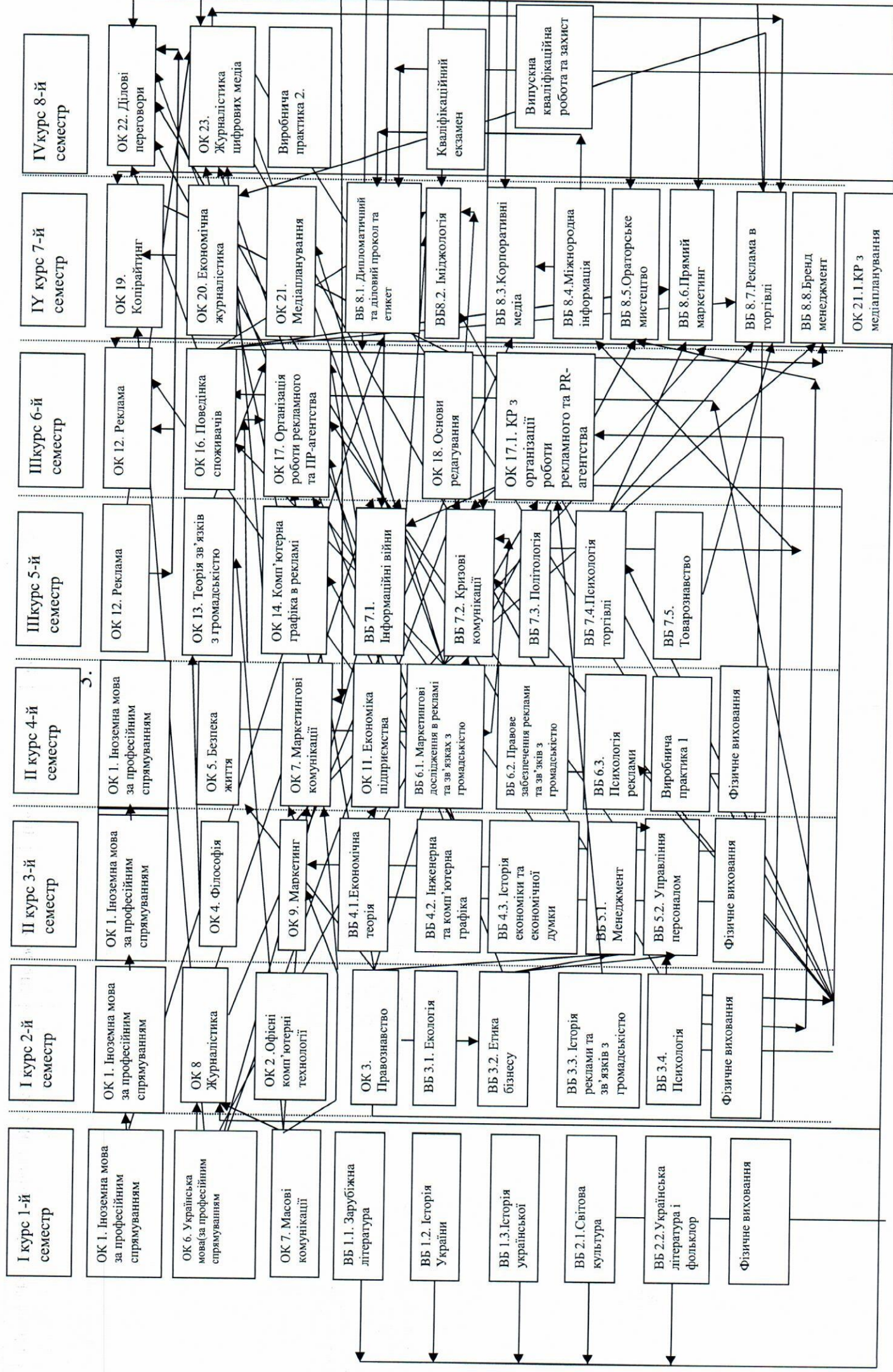
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові дисципліни			
ОК1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	Е/п
ОК2	Офісні комп'ютерні технології	6	Е/п
ОК3	Правознавство	6	Е/п
ОК4	Філософія	6	Е/п
ОК5	Безпека життя	6	Е/п
ОК6	Українська мова (за професійним спрямуванням)	6	Е/п
ОК7	Масові комунікації	6	Е/п
ОК8	Журналістика	6	Е/п
ОК9	Маркетинг	6	Е/п
ОК10	Маркетингові комунікації	6	Е/п

OK11	Економіка підприємства	6	Е/п
OK12	Реклама	10,5	Е/п
OK13	Теорія зв'язків з громадськістю	6	Е/п
OK14	Комп'ютерна графіка в рекламі	6	Е/п
OK15	Дизайн в рекламі	6	Е/п
OK16	Поведінка споживачів	6	Е/п
OK17	Організація роботи рекламного та PR-агентства	6	Е/п
OK 17.1	КР з організації роботи рекламного та PR-агентства		
OK18	Основи редагування	4,5	Е/п
OK19	Копірайтинг	6	Е/п
OK20	Економічна журналістика	6	Е/п
OK21	Медіапланування	6	Е/п
OK 21.1	КР з медіапланування		
OK 22	Ділові переговори	6	Е/п
OK 23	Журналістика цифрових медіа	7,5	Е/п
	Фізичне виховання		Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		160	-
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.1.	Зарубіжна література	6	Е/п
ВБ 1.2.	Історія України	6	Е/п
ВБ 1.3.	Історія української культури	6	Е/п
ВБ 2.1.	Світова культура	6	Е/п
ВБ 2.2.	Українська література і фольклор	6	Е/п
ВБ 3.1.	Екологія	6	Е/п
ВБ 3.2.	Етика бізнесу	6	Е/п
ВБ 3.3.	Історія реклами та зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ВБ 3.4.	Психологія	6	Е/п
ВБ 4.1.	Економічна теорія	6	Е/п
ВБ 4.2.	Інженерна та комп'ютерна графіка	6	Е/п
ВБ 4.3.	Історія економіки та економічної думки	6	Е/п
ВБ 5.1.	Менеджмент	6	Е/п
ВБ 5.2.	Управління персоналом	6	Е/п
ВБ 6.1.	Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ВБ 6.2.	Правове забезпечення реклами та зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ВБ 6.3.	Психологія реклами	6	Е/п
ВБ 7.1.	Інформаційні війни	6	Е/п
ВБ 7.2.	Кризові комунікації	6	Е/п
ВБ 7.3.	Політологія	6	Е/п

ВБ 7.4.	Психологія торгівлі	6	Е/п
ВБ 7.5.	Товарознавство	6	Е/п
ВБ 8.1.	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6	Е/п
ВБ 8.2.	Іміджологія	6	Е/п
ВБ 8.3.	Корпоративні медіа	6	Е/п
ВБ 8.4.	Міжнародна інформація	6	Е/п
ВБ 8.5.	Ораторське мистецтво	6	Е/п
ВБ 8.6.	Прямий маркетинг	6	Е/п
ВБ 8.7.	Реклама в торгівлі	6	Е/п
ВБ 8.8.	Бренд менеджмент	6	Е/п
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60	-
Практична підготовка			
ОК24	Виробнича практика 1	3	
ОК 25	Виробнича практика 2	6	
Атестація			
	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та атестація	10,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	-

схема 012.2. Структурно-логічна схема ОП



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 061 «Журналістика», спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю» проводиться у формі підсумкової атестації (кваліфікаційного екзамену) та випускової кваліфікаційної роботи за Положенням про випускний кваліфікаційний проект (роботу), затверджене Вченою радою КНТЕУ 25 лютого 2015 року (протокол №6, п.7) та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження кваліфікації: ступінь вищої освіти «бакалавр» спеціальність «Журналістика», спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю» студентам, які отримали під час атестації оцінку від 60 до 100 балів.





**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	
ПРН 1												
ПРН 2		
ПРН 3	
ПРН 4															
ПРН 5					
ПРН 6											
ПРН 7								
ПРН 8		.										.													
ПРН 9						
ПРН 10									
ПРН 11												.													
ПРН 12												.													
ПРН 13																						.			
ПРН 14					
ПРН 15																						.			
ПРН 16									
ПРН 17		
ПРН 18					

Продовження 5

	ВБ1.1	ВБ1.2	ВБ1.3	ВБ2.1	ВБ2.2	ВБ3.1	ВБ 3.2	ВБ 3.3	ВБ3.4	ВБ4.1	ВБ4.2	ВБ4.3	ВБ5.1	ВБ5.2	ВБ6.1	ВБ6.2	ВБ6.3	ВБ7.1	ВБ7.2	ВБ7.3	ВБ7.4	ВБ7.5	ВБ8.1	ВБ8.2	ВБ8.3	ВБ8.4	ВБ8.5	ВБ8.6	ВБ8.7	ВБ8.8	
ПРН 1					
ПРН 2			
ПРН 3											
ПРН 4				
ПРН 5																
ПРН 6										.		.														.					
ПРН 7																	
ПРН 8				
ПРН 9															.																
ПРН 10																
ПРН 11															.															.	
ПРН 12																															
ПРН 13															.															.	
ПРН 14														
ПРН 15															.															.	
ПРН 16							
ПРН 17		
ПРН 18									

Аркуш реєстрації змін

№ пор.	Дата	Пункти, до яких вносяться зміни	Ініціатор зміни	Прізвище, ініціали особи, що відповідає за внесення змін	Підпис
1	07.05.18	OK7, OK8, OK10	Вчена рада КНТЕУ	гарант	
		OK12, OK13, OK14	Снаказ №1448	Ферошишна І.А.	
		OK15, OK17, OK18	Від 07.05.2018,		
		OK20, OK21, OK22	протокол №9		
		OK23, OK24, OK25			
		ВБ 3.3, ВБ6.1, ВБ7.1			
		ВБ7.2, ВБ8.3, ВБ8.7			
2	17.09.19	ВБ 8.4	Вчена рада КНТЕУ	гарант Лісун Я.В.	
			Снаказ №2898		
			Від 17.09.2019,		
			протокол №1, п.4		
3	08.01.20	ВБ 8.1, ВБ 8.2,	Вчена рада КНТЕУ	гарант Лісун Я.В.	
		ВБ 8.5, ВБ 7.9	Снаказ №1		
			Від 08.01.2020,		
			протокол №2, п.5		
4	07.06.21	OK24, OK25,	Вчена рада КНТЕУ	гарант Лісун Я.В.	
		ВБ 8.1 - ВБ 8.8	Снаказ №1311		
			Від 07.06.2021,		
			протокол №2, п.6		

РЕЦЕНЗІЯ
на Освітньо-професійну програму
«Реклама і зв'язки з громадськістю»
ступеня вищої освіти «бакалавр»
спеціальності «Журналістика»

Освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю» спрямована на підготовку фахівців в галузі реклами та зв'язків з громадськістю. Програма розроблена командою фахівців, що зарекомендували себе як безумовні авторитетні спеціалісти в своїй галузі та мають достатній професійний досвід й знання щоби висловлювати експертні оцінки з приводу питань, освітлених у Програмі. Присутність студентів у складі робочої групи розробників є сучасним й позитивним інструментом забезпечення оцінки змісту програми безпосереднім споживачем освітнього продукту.

Освітня програма спрямована на формування в студентів певного переліку загальних та фахових компетентностей, що повинні забезпечити випускнику конкурентну перевагу на фаховому ринку та стати надійним фундаментом у розбудові його професійної кар'єри. Сформульований перелік компетентностей відповідає вимогам та викликам сучасного ринку.

Логіка відбору дисциплін, що включені до Освітньої програми, відповідає сформульованим компетентностям та змісту завдань, які повинен виконувати на підприємстві сучасний фахівець з реклами та зв'язків з громадськістю. Розробники програми усвідомлюють, які саме дисципліни формують певні компетентності та які саме результати навчання очікують отримати слухачі після вивчення переліку даних дисциплін. Це досить переконливо продемонстровано у схемах та таблицях, що входять до складу документів Освітньої програми.

Окремим позитивним моментом програми є присутність 2-х практик на різних етапах підготовки фахівців. Тобто, розробники програми розуміють, що сучасний фахівець повинен не тільки мати теоретичну підготовку, а й поєднувати аудиторне навчання з випробовуванням своїх знань у вирішенні практичних завдань.

Підсумкова атестація, що включає як кваліфікаційний екзамен так і підготовку та захист випускової роботи також є позитивним моментом програми. Адже у склад державних екзаменаційних комісій входять представники ринку – шановані практики та керівники підприємств, здатні оцінити якість підготовки фахівців.

Високий кваліфікаційний рівень викладачів випускової кафедри дозволяє бути впевненими у кадровому забезпеченні реалізації Освітньо-професійної Програми.

Виконавчий редактор Громадського радіо України
д. н.з держ.упр. Федорів Т.В.



РЕЦЕНЗІЯ
на Освітньо-професійну програму
«Реклама і зв'язки з громадськістю»
ступеня вищої освіти «бакалавр»
спеціальності «Журналістика»

Освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю» спрямована на підготовку фахівця в галузі реклами та зв'язків з громадськістю. До робочої групи розробників ОП увійшли авторитетні науковці та практики, що забезпечили високий рівень розроблених матеріалів. Присутність у складі робочої групи студентів, які опановують дану професію, забезпечило зворотній зв'язок з безпосереднім споживачем програми та результатів навчання.

Мета ОП, що нею керувались розробники, є адекватною викликам сьогодення, з якими стикається випускник закладу вищої освіти даного профілю, починаючи (та в подальшому розбудовуючи) свою професійну діяльність. Сформульовані в ОП загальні та фахові компетентності узагальнюють вимоги ринку до фахівця названого напрямку діяльності та є релевантними професійним завданням.

Програмні результати навчання вичерпно та розгорнуто деталізують змістовні цілі, що визначають для себе викладачі, здійснюючи процес навчання відповідно програмі. Перелік дисциплін, запланованих у програмі до навчання протягом 8-ми семестрів, різнобічно розвивають студента та формують його професійний світогляд, фахові знання та навички у сучасний спосіб.

Відповідність дисциплін визначеним фаховим та загальним компетентностям не викликає сумніву. У переліку дисциплін дотримано балансу загально теоретичних та практично-орієнтованих. Присутність 2-х практик є позитивним елементом програми, який забезпечує зв'язок теорії та практики вже під час підготовки фахівця.

Досягнення сформульованих у ОП програмних результатів навчання може бути повністю забезпечено вивченням включених у програму дисциплін.

Високий кваліфікаційний рівень викладачів випускової кафедри дозволяє бути впевненими у кадровому забезпеченні реалізації Освітньо-професійної Програми.

Начальник відділу зв'язків із громадськістю ГК «Фокстрот»
к. н. із соц. комунік. Белецька А.В.

