



УКРАЇНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені Ігоря Сікорського»

03056, м. Київ, пр-т Перемоги, 37
Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут

«Затверджено»
Директор Навчально-наукового
видавничо-поліграфічного інституту

_____ П. О. Киричок

«_____» _____ 20__ р.

М.П.

УЗГОДЖЕНО

Головний спеціаліст підприємства:

Завідувач кафедри:

_____ 2024 р.

_____ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА (СИЛАБУС)

ПО 28 Виробнича практика
здобувачів вищої освіти 3 курсу

зі спеціальності 061 Журналістика

спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю»

на підприємстві _____

з «13» травня по «09» червня 2024 р.

Робоча програма складена на основі програми, затвердженої директором інституту «26» червня 2023 року.

1. Вступ

Виробнича практика студентів третього курсу спеціальності 061 Журналістика, спеціалізації «Реклама і зв'язки з громадськістю» проводиться у період з 13 травня по 09 червня 2024 року на базі _____

Обов'язки керівника практики від університету:

- ознайомитись з групою студентів, яких направлено на практику під його керівництвом;
- погодити із керівником практики від підприємства робочу програму (силабус) проведення практики;
- провести організаційні збори з групою студентів, на яких:
 - інформувати про термін проведення практики та ознайомити з програмою практики;
 - видати студентам необхідні документи (направлення, щоденники, індивідуальні завдання, силабуси тощо);
 - повідомити про вимоги щодо ведення щоденників та складання звітів з практики;
 - проінформувати студентів про систему звітності з практики, прийняту на кафедрі (оформлення щоденника, подання письмового звіту);
- здійснювати контроль за виконанням програми практики та строками її проведення;
- допомагати керівнику практики від підприємства під час складання характеристики кожного студента;
- брати участь у прийнятті заліків з практики;
- перевірити повернення всіма студентами перепусток, літератури та майна підприємству.

Обов'язки студента-практиканта:

- до початку практики отримати від кафедри необхідні документи для проходження виробничої практики;
- своєчасно прибути на базу практики;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики і вказівками її керівників;
- знати і суворо дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії та внутрішнього розпорядку підприємства;
- систематично вести записи в щоденнику практики, фіксувати зміст виконаної за день роботи;
- щотижня звітувати керівнику практики від університету про виконану роботу;
- не пізніше ніж за один день до закінчення практики надати керівникові практики від університету звіт і щоденник;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- дотримуватися норм етики ділового спілкування;
- підтримувати власний діловий імідж, дотримуючись належного зовнішнього вигляду і стилю ділового спілкування.

Керівник практики від бази практики повинен:

- забезпечити проходження студентами інструктажу з техніки безпеки, охорони праці та ознайомити з Правилами внутрішнього розпорядку підприємства;
- здійснювати керівництво роботою студентів безпосередньо на робочому місці;
- контролювати виконання студентами конкретних індивідуальних завдань;
- забезпечувати допомогу у зібранні необхідних матеріалів для звіту;
- оцінювати якість роботи кожного студента під час проходження практики.

Документи для проходження практики:

1. **договір** про організацію і проведення практики студентів на виробництві, в установах і організаціях;
2. **направлення на практику**;
3. **щоденник практики**. Щоденник практики є індивідуальним документом, що підтверджує виконання її програми, а також джерелом інформації для складання звіту. У щоденнику студент повинен вказувати всі види виконаних робіт за кожен тиждень проходження практики. На титульному аркуші щоденника мають бути зафіксовані дати прибуття і вибуття з практики, підписи і печатки бази практики та університету. Третю та останню сторінку також має підписати керівник практики від підприємства. На останній сторінці щоденника має бути відгук керівника від підприємства.
4. **характеристика студента з підприємства**. Після закінчення проходження практики керівник практики від підприємства повинен дати характеристику студента, поставити оцінку, підпис та печатку підприємства.
5. **письмовий звіт з проходження практики** (детальніше у Методичних рекомендаціях до проходження виробничої практики).

2. Мета та завдання практики

Мета виробничої практики – закріплення та поглиблення теоретичних знань у галузі реклами та піар, отриманих студентами в процесі навчання; набуття та розвиток практичних навичок та вмінь з підготовки рекламних та інформаційних матеріалів, створення текстів для ведення комунікаційної діяльності підприємства; набуття практичних вмінь щодо підготовки маркетингових заходів, подій, прес-конференцій, підготовка текстів для опублікування в засобах масової інформації.

Програмні результати навчання

Після успішного захисту виробничої практики студент має володіти такими компетентностями:

6 – Програмні компетентності	
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК 3	Здатність бути критичним і самокритичним
ЗК 5	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
ЗК 7	Здатність працювати в команді

Фахові компетентності спеціальності (ФК)	
ФК 2	Здатність формувати інформаційний контент
7 – Програмні результати навчання	
ПРН 3	Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
ПРН 5	Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
ПРН 7	Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
ПРН 14	Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації

Завдання практики:

- ознайомлення з організаційно-виробничою структурою підприємства, їх функціями і взаємовідносинами;
- ознайомлення з комунікаційними настановами компанії;
- систематизація теоретичних знань з реклами, піар та зв'язків з громадськістю, набутих під час навчання й застосування їх у практиці конкретного підприємства;
- засвоєння практичних навичок на робочому місці фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю в основних відділах і підрозділах виробничо-господарських структур;
- здійсненні аналізу діяльності підприємства;
- участь у розробленні маркетингової стратегії просування продуктів чи брендів;
- аналіз та оцінка діяльності компанії щодо її рекламної та піар-діяльності;
- підготовка студентом аналітичного звіту на основі програми практики.

3. Організація проведення практики

Перед початком практики студенти в обов'язковому порядку мають пройти інструктажі з охорони праці та пожежної безпеки (вступний і на конкретному місці). Студент повинен ознайомитися з: організаційною структурою установи, нормативною базою організації роботи, взаємозв'язком і діяльністю його підрозділів, спеціалізацією послуг, особливостями виробництва, станом техніки безпеки, екологічними заходами виробничої та протипожежної профілактики. Виробнича практика починається зі знайомства з установою під час екскурсії. Після цього студенти направляються в той чи інший відділ для проходження практики. Звіт надається керівнику практики від університету за один день до закінчення практики.

4. Зміст практики

Зміст виробничої практики студентів визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими для спеціалізації «Реклама і зв'язки з громадськістю», а також тих, котрі вибрані для вивчення практикантом. Індивідуальне завдання є основою змісту виробничої практики. План індивідуального завдання складається з урахуванням особливостей бази практики та погоджується з керівником практики.

Індивідуальне завдання полягає в:

- пошуку, обробленні та аналізі інформації з різних джерел за допомогою різних інформаційних і комунікаційних технологій;
- розробці та створенні різних типів медіапродукту;
- ефективному просуванні створеного медійного продукту;
- визначенні ефективності просування інформаційного продукту.

5. Календарний план проведення практики:

№	Зміст	Термін виконання
1.	Прибуття здобувача вищої освіти на практику, оформлення і отримання перепусток, зустріч удистанційному режимі	Перший день практики
2.	Проведення інструктажу з техніки безпеки та охорони праці	Перший день практики
3.	Проведення екскурсій (онлайн/офлайн) по підприємству, ознайомлення з місцем роботи	Перший день практики
4.	Виконання програми практики та індивідуального завдання (зі щотижневою перевіркою)	Упродовж всієї практики
5.	Оформлення щоденника, звіту	Останній день практики
6.	Підготовка до захисту практики	Останній день практики

6. Вимоги до оформлення звіту

У звіті має бути коротко і конкретно описана робота, особисто виконана студентом.

У звіті не повинно бути дослівного переписування матеріалів баз практики (історії бази, технічних описів тощо), а також цитування літературних джерел. Звіт перевіряється і затверджується керівниками практики від бази практики та університету.

Анотації звітів студентів про проходження практики (українською та іноземною (яку вивчав студент) мовами) обсягом не менше 650 знаків розміщуються на сайті кафедри у відкритому доступі.

Звіт про проходження практики повинен містити:

- титульний аркуш (додаток В Методичних рекомендацій);
- реферат;
- зміст;
- перелік умовних позначень та скорочень (якщо такі існують);
- вступ;
- розділ 1. Загальна характеристика організаційної структури та основних напрямів діяльності бази-практики;
 - 1.1. Організаційна структура бази-практики;
 - 1.2. Рекламна або медійна діяльність бази-практики;
 - 1.3. Аналіз ПР або журналістської діяльності бази-практики;
- розділ 2. Індивідуальне завдання;
- розділ 3. Пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності підприємства;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Загальний обсяг Звіту має бути не меншим 15 сторінок тексту на аркушах формату А4 шрифтом Times New Roman 14 пунктів, міжрядковий інтервал 1,5. Розміри полів: верхнє, нижнє – 20 мм, ліве – 30 мм, праве – 15 мм.

Усі вимоги до формлення Звіту містяться в **Методичних рекомендаціях до виробничої практики.**

Форми та методи контролю

Основний перелік звітної інформації:

- щоденник практики;
- письмовий звіт з проходження практики;
- характеристика студента з підприємства;
- документи, які засвідчують здійснення різних видів професійної діяльності (які мають бути наведені у Додатках до Звіту).

Керівник практики від Університету систематично, не рідше одного разу на тиждень, консультує студентів та контролює етапи виконання індивідуального завдання згідно з календарним планом. Керівник практики від підприємства здійснює контроль виконання студентами конкретних індивідуальних завдань.

7. Критерії оцінювання

Підсумки проходження практики підбиваються у процесі складання студентом заліку, який приймає комісія, призначена завідувачем кафедри. Оцінка з практики враховується разом з іншими оцінками, які характеризують успішність студента. При розрахунку підсумкової оцінки враховуються всі види діяльності студента, які визначені викладачем для оцінювання. Результати складання заліків з практики заносяться в залікову відомість, проставляються в заліковій книжці і в журналі обліку успішності. Студенту, який не виконав програму практики без поважних причин, може бути надано право проходження практики повторно при виконанні умов, визначених університетом. Студент, який під час другого перескладання отримав незадовільну оцінку з практики при складанні заліку комісії, відраховується з університету.

Критеріями оцінки ефективності проходження практики є виявлені знання під час захисту звіту, оцінка роботи студента під час проходження практики керівником від підприємства, якість виконання індивідуального завдання, трудова дисципліна та ділова активність студента під час проходження практики.

Результати проходження практики оцінюватимуться у 100 балів:

- *оцінювання практики керівником від підприємства – 30 балів;*
- *вичерпність і правильність виконання завдань практики, вчасність та якість оформлення звіту, повнота висновків, якість оформлення звіту та щоденника, виконання вимог нормативних документів тощо – 50 балів;*
- *захист студентом звіту практики (повнота відповідей на запитання програми практики) – 30 балів.*

Оцінювання результатів практики здобувачів вищої освіти проводиться за 100-бальною шкалою.

Система оцінювання практики керівником від підприємства:

- | | |
|--|-------|
| - точне, відмінне виконання завдань (не менше 95% потрібної інформації) | 30-27 |
| - робота виконана загалом правильно, але з незначною кількістю помилок (2-3) (не менше 75% потрібної інформації) | 26-23 |

- робота виконана не повністю, неточно, але задовільно,
з деякою кількістю грубих помилок (1,2)
(не менше 60% потрібної інформації) 22-18
- робота не виконана, або виконана незадовільно,
не відповідає поставленим вимогам завдання 0

Система оцінювання виконання завдань практики:

- точне, відмінне виконання завдань (не менше 95% потрібної інформації) 50-45
- робота виконана загалом правильно, але з незначною кількістю
помилок (2-3) (не менше 75% потрібної інформації) 44-38
- робота виконана не повністю, неточно, але задовільно,
з деякою кількістю грубих помилок (1,2)
(не менше 60% потрібної інформації) 37-30
- робота не виконана, або виконана незадовільно,
не відповідає поставленим вимогам завдання 0

Система оцінювання захисту звіту практики:

- повна, вичерпна відповідь на 3 поставлених запитання,
наявні всі потрібні матеріали, звіт про практику вичерпний,
вчасне виконання індивідуального завдання,
роботу схвалено керівником (95% потрібної інформації), 20-18
- відповіді неточні й розмиті, з незначною кількістю помилок,
але матеріали практики оформлені коректно, вчасно виконані
індивідуальні завдання, а роботу схвалено керівником
(75% потрібної інформації) 17-15
- відповіді неповні, з деякою кількістю грубих помилок
(60% потрібної інформації); невчасне виконання індивідуального
завдання, матеріали практики фрагментарні,
але задовольняють мінімальні критерії 14-12
- відповідь незадовільна або її немає 0

Сума стартових балів і балів за залік переводиться до залікової оцінки згідно з таблицею:

Бали	Оцінка
100...95	Відмінно
94...85	Дуже добре
84...75	Добре
74...65	Задовільно
64...60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно

8. Рекомендована література

Основна

1. Владимирська Г. О., Владимирський П.О. Реклама : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Кондор, 2021. 332 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (URL: <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/реклама-Владимирский.pdf> (дата звернення: 12.05.2023))
2. Воронько-Невіднича Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. Полтава : РВВ ПДАА, 2018. 230 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2caa0a2b-82ab-4a77-917a-dc3ee94b1da1/content> (дата звернення: 12.05.2023))
3. Лівіцька О. Практика PR-діяльності : навч. посіб. Кам'янець-Подільський : Рута, 2020. 163 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3794/Livitska-O.V.-Praktika-PR-diialnosti.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 12.05.2023)
4. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/Навчальний посібник Маркетинг 2021 \(3\) \(1\).pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/Навчальний%20посібник%20Маркетинг%202021%20(3)%20(1).pdf) (дата звернення: 12.05.2023).
5. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій : практ. посіб. / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ : ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf (дата звернення: 12.05.2023)

Додаткова

6. Аун Майкл. Це ж клієнт, дурнику! : 34 корисні поради клієнтоорієнтованому бізнесмену. Київ : Фабула, 2019. 239 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)
7. Вітт Грегг, Дерек Берд. Покоління Z. Як бренди формують довіру. Харків : Vivat, 2022. 304 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)
8. Горчунова Є. Цільова аудиторія: повний гайд з визначення, пошуку та комунікації. Aboutmarketing. <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/seo/tsilova-audytoriya-povnyy-hayd-z-vyznachennya-poshuku-ta-komunikatsiyi/> (дата звернення: 12.05.2023)
9. Кавасакі Гай. Мистецтво змінювання сердець, умів, дій: шлях зачарування в бізнесі. Харків : Віват, 2020. 222 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського)
10. Крепак А.С. Медіапланування : навч. посіб. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2018. 127 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)
11. Нір Е. На гачку : як створити продукт, що чіпляє. Київ : Наш Формат, 2017. 191 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)
12. Огілві Д. Про рекламу. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2019. 285 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)

13. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 208 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_1654_14738472.pdf (дата звернення: 12.05.2023).
14. Основи медіабізнесу : підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / З. В. Григорова, О. А. Сухорукова, А. В. Кваско, Л. П. Шендерівська. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 323 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/7140722c-86c7-4e49-ae18-8753109818b8/content> (дата звернення: 12.05.2023)
15. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/books/praktychnyj-posibnyk-dlya-pratsivnykiv-komunikatsijnyh-struktur-v-orhanah-vlady-i1910> (дата звернення: 12.05.2023)
16. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник / за ред. О. Я. Лотиш. Тернопіль : Економічна думка, 2019 248 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36440/1/Підручник САГ новий.pdf> (дата звернення: 12.05.2023)
17. Тодорова О. Інновації в комунікаціях : інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу. Київ : Інтерконтиненталь-Україна, 2015. 168 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПП ім. Ігоря Сікорського) (URL: http://nbuv.gov.ua/sites/default/files/all_files/201508_artilces_field_dopmat_files/zmist.pdf) (дата звернення: 12.05.2023))
18. Кім В. Чан, Моборн Р. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 269 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПП ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)
19. Юн Едді. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 158 с. (Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПП ім. Ігоря Сікорського) (дата звернення: 12.05.2023)

Керівник практики від КПП ім. Ігоря Сікорського
ст.викладач кафедри видавничої справи та редагування
Головко Ольга Анатоліївна

(посада, прізвище, підпис)

Керівник практики від підприємства

(посада, прізвище, підпис)