

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Ректор Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара


_____ Поляков М.В.
«10» _____ 2020 р.

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

спеціальність 061 Журналістика

галузь знань 06 Журналістика

Схвалено:

вченою радою Дніпровського
національного університету
імені Олеся Гончара

від 10.09. 2020р., протокол № 1

Дніпро
2020

ПЕРЕДМОВА

1. Внесено: кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

2. Затверджено та надано чинності рішенням вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара:

- від «24» січня 2019 р., пр. № 8 (перша редакція);
- від «30» серпня 2019 р., пр. № 1 (редакція № 2);
- від «10» вересня 2020 р., пр. № 1 (редакція № 3).
- від «01» грудня 2022 р., пр. № 4 (редакція № 3, зміни до ОП п.4).

3. Розробники (робоча група):

1. ЛЯЩЕНКО Анжела Вадимівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю комунікації;
2. МИРОНЕНКО Владлена Вячеславівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю комунікації;
3. БОРОВИК Анна Анатоліївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю комунікації.

4. При розробці враховані вимоги:

Освітнього стандарту спеціальності:

Стандарт вищої освіти зі спеціальності 061Журналістика **затверджений** наказом Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 р. № 864, **вводиться в дію** з 2019/2020 навчального року.

Стандарт **погоджено** рішенням Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 21.05.2019 р., протокол № 5.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

1. Вчена рада факультету/центру: протокол № 1 від «15» вересня 2022 р.

Голова вченої ради  Оксана КИРИЛОВА

2. Рада з якості ДНУ: протокол № 4 від «02» 11 2022 р.

Голова РЗЯВО  Валентина СІЛІЧ-БАЛГАБАЄВА

Рецензії-відгуки стейкхолдерів додаються.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061 ЖУРНАЛІСТИКА

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Факультет систем і засобів масової комунікації Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Офіційна назва освітньої програми (англійською мовою)	Education Professional Program: Advertising and Public Relations
Ступінь вищої освіти та освітня кваліфікація мовою оригіналу	Бакалавр Освітня кваліфікація: бакалавр журналістики
Кваліфікація в дипломі	Ступінь: Бакалавр Спеціальність: 061 Журналістика Освітня програма: Реклама і зв'язки з громадськістю
Кваліфікація в дипломі (англійською мовою)	Degree: Bachelor Specialty: 061 Journalism Educational program: Advertising and Public Relations
Професійна кваліфікація	-
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України Сертифікат з акредитації спеціальності 061 Журналістика НД № 0495157, від 19.10.2017 р. Термін дії до 1 липня 2024 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
Передумови	повна загальна середня освіта
Форми навчання	денна
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату з акредитації спеціальності (відповідно наказу МОН України від 30.10.2017 № 1432) або до проходження первинної акредитації освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.dnu.dp.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов, а також сформувати систему компетенцій, націлених на ефективну працю фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю у медійному середовищі на сучасному етапі трансформації інформаційного суспільства.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 06 Журналістика Спеціальність: 061 Журналістика Об'єкт вивчення та діяльності: соціальні комунікації в різних їхніх виявах і видах; продукти соціального комунікування;

	<p>аудиторія та інші споживачі (користувачі) цих продуктів.</p> <p>Цілі навчання (мета): сформувати здатність випускника розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: поняття про журналістику, рекламу та зв'язки з громадськістю, видавничу діяльність та редагування й інші види комунікаційної діяльності як соціальнокомунікаційні інститути</p> <p>Методи, методики та технології: прикладні соціальнокомунікаційні технології; методи й методики збору, обробки та поширення інформації, медіапланування, професійні норми та стандарти й інші спеціальні методики, що використовують у сфері соціальних комунікацій і вузькопрофесійних галузях соціального комунікування.</p> <p>Інструменти та обладнання: телевізійне та радіообладнання, комп'ютерна техніка, програмне забезпечення для обробки зображень, відео, звуку та верстки.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію та спрямована на підготовку бакалаврів, які володіють теоретичними знаннями з соціальних комунікацій, мають практичні навички у створенні та впровадженні рекламних компаній, організації та супроводі зв'язків з громадськістю, створенні відповідного контенту, а також побудові промоушн-систем організацій відповідно до викликів сучасного інформаційного суспільства.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі журналістики з акцентом на соціально-гуманітарній, спеціальній та науково-практичній підготовці. Враховуючі тенденції функціонування сучасного медіасередовища і ґрунтуючись на вивченні новітніх рекламних та PR технологій, програма робить акценти на креативності мислення, здатностях до перманентної самоосвіти та самовдосконалення, спроможностей ефективно використовувати набуті знання та навички у процесах забезпечення інформаційно-комунікативних потреб суспільства. Ключові слова: реклама, зв'язки з громадськістю, медіа, соціальні комунікації, засоби масової комунікації, журналістика.
Особливості програми	ОП передбачає набуття практичного досвіду в рекламних, PR-агенціях та мас-медіа регіонального і загальнонаціонального масштабів, опанування існуючими мультимедійними та крос-медійними методами комунікаційної, рекламної та PR-діяльності із залученням потужностей лабораторії факультету, постійний зв'язок із потенційними роботодавцями як під час практик, так і у ході аудиторного навчання: тренінги від журналістів, рекламистів, піарників місцевих медіа, майстер-класи від медіафрілансерів регіонального, національного та світового рівнів.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати на первинних посадах за професіями, визначеними Національним класифікатором України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (зі змінами від 25.10.2021 р.): 2 Професіонали 24 Інші професіонали 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу,

	<p>ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>2419.2 Рекламист</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю</p> <p>245 Професіонали в галузі художньої творчості</p> <p>2451 Професіонали в галузі літератури</p> <p>2451.2 Письменники, редактори та журналісти</p> <p>2451.2 Журналіст мультимедійних видань засобів масової інформації</p> <p>2451.2 Редактор мультимедійних видань засобів масової інформації</p> <p>2451.2 Журналіст</p> <p>2451.2 Ведучий програми</p> <p>2451.2 Випусковий</p> <p>2451.2 Випусковий відповідальний</p> <p>2451.2 Інокореспондент</p> <p>2451.2 Коментатор</p> <p>2451.2 Кореспондент</p> <p>2451.2 Кореспондент власний</p> <p>2451.2 Кореспондент спеціальний</p> <p>2451.2 Оглядач</p> <p>2451.2 Оглядач політичний</p> <p>2451.2 Редактор</p> <p>2451.2 Редактор літературний</p> <p>2451.2 Редактор науковий</p> <p>2451.2 Редактор відповідальний</p> <p>2451.2 Редактор технічний</p> <p>2451.2 Редактор художній</p> <p>2451.2 Член головної редакції</p> <p>2451.2 Член колегії (редакційної)</p> <p>2451.2 Письменник (інший автор)</p> <p>2451.2 Редактор з рекламування фільмів</p> <p>КВЕД-2010:</p> <p>Клас 73.11 Рекламні агентства.</p> <p>Цей клас включає забезпечення повного набору рекламних послуг (за допомогою власних можливостей або на договірній основі), у т.ч. консультування, послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів, їх купівлю.</p> <p>Клас 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки.</p> <p>Цей клас включає: вивчення потенціалу ринку, інформованості, прийнятності продуктів, популярності визначеного товару та послуг і купівельних звичок споживачів задля сприяння збуту та розроблення нових видів товарів і послуг, у т.ч. статистичний аналіз результатів, вивчення суспільної думки щодо політичних, економічних і соціальних подій, статистичний аналіз результатів</p> <p>Клас 74.20 Діяльність у сфері фотографії.</p> <p>Цей клас включає: виробництво рекламних і споживчих фоторобіт: виготовлення фотографій для реклами, видавничої продукції, журналів мод, агентств нерухомості, туризму.</p> <p>Клас 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок.</p>
--	--

	Цей клас включає організування, просування і/або проведення різних подій, таких як бізнес-покази, збори, конференції та зустрічі, з організацією та наданням персоналу для роботи
Подальше навчання	Право продовжувати навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти для здобуття ступеня магістра та здобувати додаткові кваліфікації у системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику із поглибленим вивченням систем виробництва аудіовізуального продукту, крос-медійних систем, систем опрацювання та візуалізації даних, фото, відео та аудіообладнання, онлайн-систем творення медійного продукту, хмарних технологій.
Оцінювання	Екзамени, заліки, диференційовані заліки, опитування, тематичне тестування, презентації, захисти курсових робіт, звіти з навчальної, виробничої практики, кваліфікаційна робота.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій та журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов
Загальні компетентності (ЗК)	<p><i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i></p> <p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК07. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК\ФК)	<p><i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i></p> <p>СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК02. Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>СК03. Здатність створювати медіапродукт.</p> <p>СК04. Здатність організовувати й контролювати командну</p>

	<p>професійну діяльність.</p> <p>СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p> <p>СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.</p> <p><i>Компетентності, визначені закладом вищої освіти:</i></p> <p>СК07. Здатність використовувати вітчизняний і світовий досвід у сфері реклами і зв'язків з громадськістю.</p> <p>СК08. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з журналістики, рекламної та ПР-комунікації, а також діджитал-технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів і провадження ефективної рекламної та ПР-діяльності.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p><i>Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти:</i></p> <p>ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.</p> <p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p> <p>ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.</p> <p>ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.</p> <p>ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.</p> <p>ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.</p> <p>ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.</p> <p>ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.</p> <p>ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p> <p>ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт</p>

	<p>на доступних інтернет-платформах.</p> <p>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p> <p><i>Результати навчання, визначені закладом вищої освіти:</i></p> <p>ПР19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та ПР-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та ПР-проектів.</p> <p>ПР20. Використовувати передовий вітчизняний та зарубіжний досвід створення рекламного/ПР-продукту, використовувати певні методи та прийоми у власній практичній діяльності.</p> <p>ПР21. Знати особливості сучасної медіасистеми та адаптувати рекламний та ПР-продукт під запити та функції певного її елементу.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах: відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; впровадження результатів стажування та наукової діяльності в освітній процес.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується мультимедійне обладнання, для практичних занять, обладнання лабораторії і спеціалізованих кабінетів, система онлайн-дистанційного синхронного навчання.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Університет має власний веб-сайт за адресою http://dnu.dp.ua , де розміщено інформацію щодо інформаційного та навчально-методичного забезпечення освітнього процесу. Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: загально університетських та кафедральних бібліотек, мережі Internet з вільним доступом, колекцій цифрового репозиторію. Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки за спеціальністю. В наявності завдання для самостійної роботи студентів, методичні рекомендації для виконання курсових та дипломних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь студентів розроблено для поточного та семестрового контролю з кожної дисципліни, а також для підсумкової атестації за спеціальністю.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами інших країн
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови вивчення студентом української мови

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти:				
I Цикл загальної підготовки				
ОК 1.1	Фізична культура	позакредитна	залік	2,4,5 (1–5)
ОК 1.2	Історія та культура України	5,0	залік	2
ОК 1.3	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	4,0	залік	6
ОК 1.4	Філософія	3,0	екзамен	4
ОК 1.5	Мова засобів масової комунікації	3,0	диф. залік	1
ОК 1.6	Іноземна мова (англійська / німецька / французька)	6,0	залік	2,3
ОК 1.7	Реалізація прав, свобод і обов'язків громадянина України	3,0	диф. залік	4
ОК 1.8	Історія реклами із зв'язків з громадськістю	3,0	диф. залік	1
ОК 1.9	Вступ до спеціальності	4,0	диф. залік	1
Всього I		31		
II Цикл професійної підготовки				
ОК 2.1	Теорія та історія соціальних комунікацій	10,0	екзамен	1,2
ОК 2.2	Теорія та історія видавничої справи і редагування	10,0	екзамен	1,2
ОК 2.3	Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю	10,0	екзамен	1,2
ОК 2.4	Прикладні соціально- комунікаційні технології	4,0	екзамен	3
ОК 2.5	Історія української журналістики	4,0	екзамен	1
ОК 2.6	Основи професійної комунікації	4,0	диф. залік	2
ОК 2.7	Сучасні світові ЗМІ	6,0	екзамен	4
ОК 2.8	Візуальна культура	6,0	екзамен	3
ОК 2.9	Сучасний диджитал-промоушн	6,0	екзамен	5
		60		
ОК 2.10	Реклама і ПР у сучасному соціокультурному середовищі	13,0	залік, екзамен	5, 6,7,8
ОК 2.11	Система маркетингових комунікацій	11,0	диф. залік, екзамен	3, 4
ОК 2.12	Еволюція в рекламі та ПР	4,0	екзамен	2
ОК 2.13	Організаційні комунікації	7,0	залік	5, 6
ОК 2.14	Антикризовий ПР	3,0	екзамен	5
ОК 2.15	Сторітеллінг	4,0	залік	7
ОК 2.16	Основи медіадизайну	4,0	екзамен	7,8
ОК 2.17	Образні ресурси реклами та ПР	6,0	залік	7

ОК 2.18	Комунікаційний практикум	3,0	екзамен	8
ОК 2.19	Медіасистеми	3,0	залік	8
ОК 2.20	Техніки і технології рекламної та ПР-комунікації	6,0	залік, екзамен	5 6
ОК 2.21	Курсова робота з дисципліни «Система маркетингових комунікацій»	1,0	диф. залік	4
ОК 2.22	Курсовий проект за фахом	3,0	диф. залік	6
		68		
ОК 2.23	Навчальна практика: навчальна 1	3,0	диф. залік	4
ОК 2.24	Навчальна практика: навчальна 2	3,0	диф. залік	6
ОК 2.25	Виробнича практика: Переддипломна практика	6,0	диф. залік	8
ОК 2.26	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	9,0	кваліфікаційна робота	8
Всього II		149		
Всього		180		
Вибіркові компоненти:				
2 курс				
ВК 1	Дисципліна 1	5,0	диф. залік	3
ВК 2	Дисципліна 2	5,0	диф. залік	3
ВК 3	Дисципліна 3	5,0	диф. залік	4
ВК 4	Дисципліна 4	5,0	диф. залік	4
3 курс				
ВК 5	Дисципліна 5	5,0	диф. залік	5
ВК 6	Дисципліна 6	5,0	диф. залік	5
ВК 7	Дисципліна 7	5,0	диф. залік	6
ВК 8	Дисципліна 8	5,0	диф. залік	6
4 курс				
ВК 9	Дисципліна 9	5,0	диф. залік	7
ВК 10	Дисципліна 10	5,0	диф. залік	7
ВК 11	Дисципліна 11	5,0	диф. залік	7
ВК12	Дисципліна 12	5,0	диф. залік	8
Загальний обсяг обов'язкових компонент				180 (75%)
Загальний обсяг вибіркових компонент (дисциплін вибору студента)				60 (25%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				240

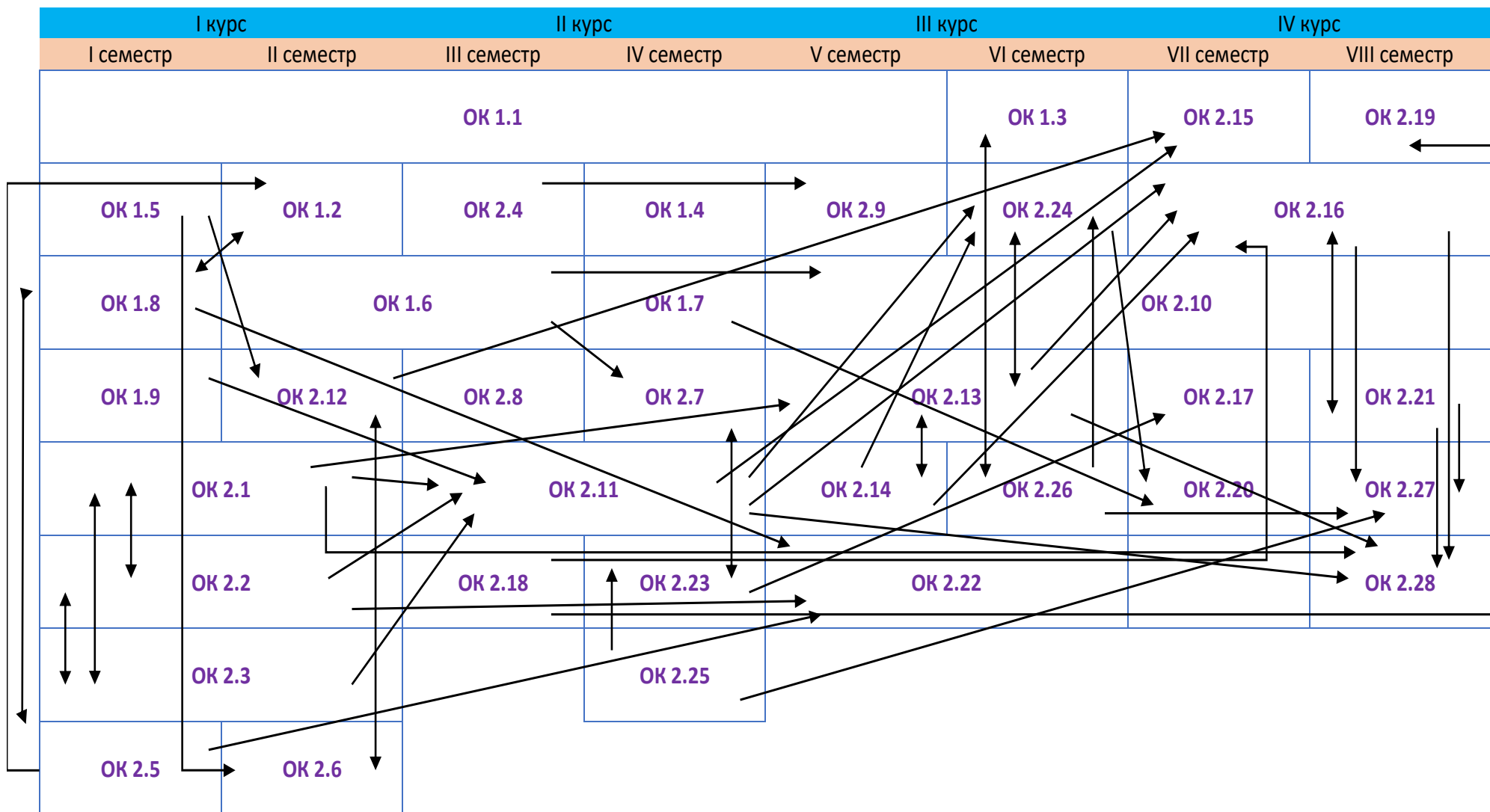
Примітка: здобувачам вищої освіти пропонується провести вибір навчальних дисциплін на основі двох переліків вибіркових компонент:

- **університетський вибірковий каталог (УВК)**, що складається із загальноуніверситетського переліку дисциплін, на основі якого здійснюється вибір дисциплін для формування загальних компетентностей ОП, соціальних навичок та світогляду за власним уподобанням. Перелік дисциплін розміщується на сайті університету.
- **факультетський вибірковий каталог (ФВК)** – навчальні дисципліни галузево-професійного спрямування зі спеціальностей факультету, що дозволяють отримати професійні навички з певної галузі знань *та* навчальні дисципліни професійного спрямування, що дозволяють отримати поглиблену підготовку за освітньою програмою й закріплюють набуті фахові компетентності. На основі засвоєння дисциплін із факультетського каталогу формуються загально-професійні або фахові компетентності. Перелік дисциплін розміщується на сайті університету/ факультету.

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.7, ОК 1.8, ОК 1.9, ОК 2.1, ОК 2.3, ОК 2.3, ОК 2.5	8	16
	2	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 1.5, ОК 2.1, ОК 2.2, ОК 2.3, ОК 2.4, ОК 2.6	8	
2	3	ОК 1.1, ОК 1.5, ОК 2.8, ОК 2.9, ОК 2.12, ОК 2.19, ВК 1, ВК 2	8	16
	4	ОК 1.1, ОК 1.4, ОК 1.6, ОК 2.12, ОК 2.24, ОК 2.26, ВК 3, ВК 4	8	
3	5	ОК 1.1, ОК 2.7, ОК 2.10, ОК 2.13, ОК 2.14, ОК 2.15, ВК 5, ВК 6	8	15
	6	ОК 1.3, ОК 2.10, ОК 2.13, ОК 2.14, ОК 2.15, ВК 7, ВК 8	7	
4	7	ОК 2.10, ОК 2.16, ОК 2.17, ОК 2.18, ВК 9, ВК 10, ВК 11	7	13
	8	ОК 2.10, ОК 2.17, ОК 2.20, ОК 2.22, ОК 2.23, ВК 12	6	

Послідовність засвоєння компонент ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи – <u>дипломної роботи бакалавра</u> .
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота являє собою виготовлений інформаційний продукт або проект інформаційної акції чи інформаційну акцію, до яких додають пояснювальну записку.</p> <p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері соціальних комунікацій, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозиторії закладу вищої освіти</p>

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

[illegible]

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

	OK 1.1	OK 1.2	OK 1.3	OK 1.4	OK 1.5	OK 1.6	OK 1.7	OK 1.8	OK 1.9	OK 2.1	OK 2.2	OK 2.3	OK 2.4	OK 2.5	OK 2.6	OK 2.7	OK 2.8	OK 2.9	OK 2.10	OK 2.11	OK 2.12	OK 2.13	OK 2.14	OK 2.15	OK 2.16	OK 2.17	OK 2.18	OK 2.19	OK 2.20	OK 2.21	OK 2.22	OK 2.23	OK 2.24	OK 2.25	OK 2.26			
PR01		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		
PR02		•		•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
PR03							•												•						•	•				•			•	•	•	•		
PR04									•	•					•	•			•		•				•		•		•			•	•	•	•	•	•	
PR05													•			•				•		•			•	•	•	•	•			•		•	•	•	•	
PR06	•		•				•								•										•	•	•	•			•			•	•	•	•	
PR07	•		•																	•					•	•			•				•	•	•	•	•	
PR08			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•			•		•	•	•	•	•	•	•	•	
PR09		•					•																											•	•	•	•	
PR10	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	
PR11					•										•					•	•	•		•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	
PR12						•										•												•							•	•	•	•
PR13									•						•					•	•				•			•						•	•	•	•	
PR14																			•	•					•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	
PR15																			•				•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	
PR16																				•				•	•	•	•	•						•	•	•	•	
PR17													•							•		•			•	•	•	•						•	•	•	•	
PR18			•				•																•			•								•	•	•	•	
PR19								•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	
PR20								•		•	•	•		•		•			•	•	•			•	•	•	•		•				•	•	•	•	•	
PR21								•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•			•	•	•	•	•	•				•	•	•	•	•	