

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ЗВ'ЯЗКУ ім. О.С. ПОПОВА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»

Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 061 – Журналістика  
галузі знань 06 – Журналістика  
кваліфікація: бакалавр з журналістики

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради  
/П.П. Воробієнко /

Протокол № 5 від 29 грудня 2016 р.



Одеса – 2016

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ЗВ'ЯЗКУ ім. О.С. ПОПОВА**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»**

**Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 061 – Журналістика  
галузі знань 06 – Журналістика  
кваліфікація: бакалавр з журналістики**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

**Голова Вченої ради**

\_\_\_\_\_ /П.П. Воробієнко /

Протокол №   5   від   29 грудня   2016    р.

Одеса – 2016

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

Кафедра політології, соціології та соціальних комунікацій  
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_  
Завідувач кафедри ПС та СК \_\_\_\_\_ А.О.Сіленко

Вчена рада Навчально-наукового інституту проблем інформаційного  
суспільства  
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_  
Директор ННІ ПС \_\_\_\_\_ А.О. Сіленко

Методична рада ОНАЗ ім. О.С. Попова  
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_  
Голова Методичної ради ОНАЗ ім. О.С. Попова  
\_\_\_\_\_ О.В. Бондаренко

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою  
(науково-методичною комісією спеціальності 061 – Журналістика) у складі:

1. Сіленко А.О. – доктор політичних наук, професор, проректор з навчально-педагогічної та виховної роботи Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова, директор Навчально-наукового інституту проблем інформаційного суспільства Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.
2. Ветрова С.С. – кандидат соціологічних наук, ст. викладач кафедри політології, соціології та соціальних комунікацій Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.
3. Безродна В.І. – кандидат політичних наук, доцент кафедри політології, соціології та соціальних комунікацій Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.
4. Павлова О.С. – кандидат філософських наук, доцент кафедри політології, соціології та соціальних комунікацій Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061 Журналістика,  
спеціалізація «Реклама та зв'язки з громадськістю»**

<i>– Загальна інформація</i>	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова Навчально-науковий інститут проблем інформаційного суспільства
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Перший рівень вищої освіти - бакалавр журналістики
Офіційна назва освітньої програми	Реклама та зв'язки з громадськістю)
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	
Період акредитації	
Рівень програми	перший (бакалаврський) рівень – 7 рівень НРК
Передумови	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності в неї повної загальної середньої освіти.
Мова викладення	українська
Термін дії освітньої програми	
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
<i>2. Мета освітньої програми</i>	
Підготовка фахівців із журналістики за спеціалізацією «Реклама та зв'язки з громадськістю», які здатні до професійно-практичної діяльності у сфері сучасних медіакомунікацій, опанування складних багаторівневих інформаційних потоків, володіють новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями у сфері реклами та зв'язків з громадськістю	
<i>3. Характеристика освітньої програми</i>	
Предметна область: галузь знань - спеціальність -	06 Журналістика 061 Журналістика
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус програми та спеціалізації	Підготовка фахівців в галузі журналістики зі спеціалізацією у сферах рекламної та PR практики.
Особливості та відмінності програми	Акцент програми – формування усвідомлення соціальної значущості своєї професії, прагнення до реалізації професійної діяльності на якісно високому рівні, дотримання норм професійної журналістської, рекламної етики та етики спілкування з людьми.

#### 4. Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	<p>Бакалавр журналістики (спеціалізація Реклама та зв'язки з громадськістю) згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08)) може займати наступні посади:</p> <p><i>Код КП      Професійна назва роботи:</i></p> <p>2419.2      Рекламист</p> <p>3429      Агент рекламний</p> <p>2451.2      Редактор з рекламування фільмів</p> <p>3429      Представник з реклами</p> <p>2446.2      Наглядач в громадському центрі</p> <p>2443.2      Консультант із суспільно-політичних питань (в партіях та інших громадських організаціях)</p> <p>2443.2      Експерт із суспільно-політичних питань</p> <p>3474      Організатор концертів і лекцій, організатор культурно-дозвільної діяльності</p> <p>3476      Організатор театралізованих народних свят та обрядів, інших громадських заходів</p> <p>3439      Інструктор з організаційно-масової роботи</p> <p>3472      Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації)</p> <p>2419.2      Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою</p> <p>1234      Прес-секретар</p> <p>Бренд-менеджер, іміджмейкер; event-менеджер; дизайнер інформаційно-віртуального простору; SMM-фахівець; редактор корпоративних видань; PR-консультант (в апараті органів державної влади, виконкому) та інші.</p>
---------------------------------	--

Подальше навчання	Освітня програма будується з урахуванням продовження освіти випусником освітнього ступеня бакалавра в рамках магістерської підготовки за наявності належного рівня знань, умінь та компетентностей, що відповідають освітній програмі підготовки бакалавра зі спеціальності Журналістика (спеціалізація Реклама та зв'язки з громадськістю).
-------------------	--

#### 5. Викладання та оцінювання

Викладання та навчання	<p>Викладання побудовано на системі що поєднує підходи студентсько-центрованого та практико-орієнтованого навчання з посиленням компоненти самонавчання.</p> <p>Форми освітнього процесу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навчальні заняття (лекції, мультимедійні лекції, семінари, практичні заняття, майстер-класи представників компаній,</li> </ul>
------------------------	---

	<p>навчальні візити на підприємства, творчі екскурсії у заклади даної сфери, індивідуальні заняття, консультації, тощо);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– самостійна робота здобувачів вищої освіти (аудиторна та поза аудиторна);</li> <li>– практична підготовка на підприємствах.</li> </ul>
Оцінювання та форми контролю	<p>Форми контролю, який застосовується у освітньому процесі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– поточний (індивідуальні творчі завдання, есе, тестування поточних знань, презентації, звіти практичних занять);</li> <li>1. підсумковий (звіти про професійні екскурсії, модульні контрольні роботи, підсумкові контрольні роботи);</li> <li>2. семестровий (захист курсових проектів та робіт, заліки, усні та письмові іспити, захист дипломної бакалаврської роботи);</li> <li>3. контроль практичної підготовки (звіти про практику, щоденник проходження практики);</li> <li>4. контроль за дотриманням академічної доброчесності здобувача вищої освіти;</li> <li>5. можливе повторне проходження оцінювання та повторне проходження освітнього компонента освітньої програми;</li> </ul> <p>*Для осіб з особливими потребами контроль застосовується з урахуванням їх індивідуальних освітніх потреб.</p>
<i>6. Програмні компетентності</i>	
Інтегральна компетентність	Здатність до професійно-практичної діяльності у сфері сучасних медіакомунікацій, опанування складних багаторівневих інформаційних потоків, оволодіння новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями у сфері реклами та зв'язків з громадськістю
Загальні компетентності (ЗК)	<p><b>ЗК 1.</b> Гнучкість мислення: здатність з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки, аналізувати і узагальнювати професійний матеріал в певній системі.</p> <p><b>ЗК 2.</b> Здатність здійснювати усну і письмову комунікацію професійного спрямування державною та іноземною мовами, а також вміння представляти складну комплексну інформацію у стислій формі</p> <p><b>ЗК 3.</b> Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку, оброблення, аналізування та використання інформації з різних джерел.</p> <p><b>ЗК 4.</b> Логіко-аналітичні здібності: здатність до абстрактного, системного і критичного мислення, аналізу та синтезу. Володіння філософсько-методологічними та логічними способами мислення.</p> <p><b>ЗК 5.</b> Наявність політико-правової свідомості та культури плюралізму, широкий кругозір у галузі міжнародного життя у зовнішній та внутрішній політиці держави, геополітичній ситуації, розуміти місце і статус України в сучасному світі, мати активну життєву та громадську позицію.</p> <p><b>ЗК 6.</b> Здатність діяти на основі професійних етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо.</p> <p><b>ЗК 7.</b> Прихильність безпеці та активна участь в поліпшенні стану довкілля, забезпечення здоров'я та гармонійного розвитку людини з високим рівнем якості та безпеки її життя, стимулювання</p>

	<p>активного стилю поведінки і позитивного світосприйняття.</p> <p><b>ЗК 8.</b> Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації.</p> <p><b>ЗК 9.</b> Здатність до самонавчання та самокритичності, постійного підвищення своєї професійної кваліфікації і майстерності. Вміння вести самостійний пошук інформації з різних джерел, та використовувати її як необхідну для вирішення наукових і професійних завдань.</p> <p><b>ЗК 10.</b> Комунікативні навички та робота в команді. Здатність до ефективного комунікування в колективі, вміння мотивувати людей та рухатися до спільної мети.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК)</p>	<p><b>ФК 1.</b> Здатність сприймати письмові та усні тексти з метою переробки в інтересах цільової аудиторії та створювати тексти рекламного, інформаційного, аналітичного, дослідницького характеру.</p> <p><b>ФК 2.</b> Здатність оформляти та представляти результати професійної діяльності у вигляді комп'ютерних презентацій, звітних матеріалів в ході публічних виступів.</p> <p><b>ФК 3.</b> Здатність розробляти, готувати до випуску, використовувати і поширювати рекламну та PR продукцію</p> <p><b>ФК 4.</b> Здатність нарощувати цінність бренду для споживача, збільшувати його конкурентоспроможність</p> <p><b>ФК 5.</b> Здатність здійснювати оперативне планування і оперативний контроль за рекламною діяльністю, діяльністю по зв'язках з громадськістю, проведенню заходів щодо підвищення іміджу організації, просуванню товарів і послуг фірми на ринок</p> <p><b>ФК 6.</b> Здатність використовувати нормативні та правові документи у професійній діяльності.</p> <p><b>ФК 7.</b> Здатність контролювати матеріали засобів масової інформації з метою перевірки правильності відображення інформації, яка виходить із підприємства та забезпечувати контакти з відповідними підрозділами зсередини організації щодо обміну інформаційними матеріалами, підтримувати корпоративну культуру (внутрішній PR).</p> <p><b>ФК 8.</b> Здатність здійснювати координацію зв'язків і безпосередній зв'язок підприємства з громадськістю, з державними установами, громадськими організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації (пресою) відповідно до загальної мети підприємства (зовнішній PR).</p> <p><b>ФК 9.</b> Здатність оцінювати ефективність комунікативних кампаній та оформляти проектну документацію (техніко-економічне обґрунтування, технічне завдання, бізнес-план, креативний бриф, угода, договір, контракт та ін.) і готувати аналітичні довідки, огляди та прогнози, а також матеріали для експертних висновків і звітів.</p> <p><b>ФК 10.</b> Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності, демонструвати креативні лідерські якості та поведінкові навички.</p>
<p><b>7.Програмні результати навчання (загальні та спеціальні)</b></p>	



**ПРН 1.** Знання теорій, методів і функцій сучасних медіа, реклами та PR як основних елементів СМК, концепцій масових комунікацій; основних концепцій щодо розвитку суспільства, методології аналізу суспільних явищ і процесів, сутності понять соціум, культура та їх генезу.

**ПРН 2.** Здатність грамотно спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами з повагою до різноманітності та міжкультурності.

**ПРН 3.** Знання загального та спеціального характеру в сфері використання інформаційних технологій і систем у сфері медіа, зокрема, реклами та PR, їх інформаційного та програмного забезпечення.

**ПРН 4.** Знання фундаментальних засад науково-практичних досліджень в соціо-гуманітарній сфері взагалі, зокрема у рекламній та PR справі.

**ПРН 5.** Застосування демократичних принципів та норм розвитку політичних процесів в професійній сфері, розуміння процесів становлення державності України, гідна оцінка духовної спадщини свого народу.

**ПРН 6** Демонстрація навичок взаємодії, лідерства, творчої, командної роботи, здатність діяти соціально відповідально та громадськи свідомо на основі етичних міркувань (мотивів).

**ПРН 7.** Здатність аналізувати і зіставляти соціально-економічні і екологічні ситуації, визначати взаємозв'язки між ними, виявляти причини змін екологічних умов, визначати шляхи їхнього покращення соціально-політичними, рекламними та PR заходами, дотримуватися енергозберігаючих та енергобезпечних технологій для зберегання екологічної рівноваги в Україні.

**ПРН 8.** Демонстрація навичок творчої, креативної роботи та здатність діяти адекватно ситуації та відповідально до результатів праці.

**ПРН 9.** Здатність організовувати й проводити професійну діяльність у сфері соціальних комунікацій, здатність вести пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел, формувати інформаційний контент та виготовляти інформаційний продукт.

**ПРН 10.** Демонстрація навичок обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації, підтримки корпоративної культури (вміння застосувати механізми внутрішнього PR) та створення довіри до організації ззовні (вміння застосувати зовнішній PR).

**ПРН 11.** Самостійна і відповідальна оцінка правових, соціальних та економічних наслідків створення та просування рекламних та PR-продуктів.

**ПРН 12.** Пояснення, аналіз та здійснення комунікації у різних сферах медіа-діяльності.

**ПРН 13.** Вільна орієнтація в формах та видах рекламних та PR- проектів, оцінка їх ефективності та специфіки застосування; проектування організації зв'язків з партнерами, інвесторами у звичайних обставинах, а також у кризових та конфліктних ситуаціях; передбачення можливих реакцій цільової аудиторії на різні комунікативні канали PR діяльності: газети, ТБ, Інтернет-простір, тощо.

**ПРН 14.** Виявлення соціально-психологічних аспектів суспільних явищ, адекватна соціально-психологічна характеристика групи та реальної групової поведінки.

#### *8. Ресурсне забезпечення реалізації програми*

Кадрове забезпечення	В ННІ ПС ОНАЗ функціонує система забезпечення вищим навчальним закладом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення всіх необхідних процедур і заходів.
Матеріально-технічне забезпечення	В ННІ ПС ОНАЗ функціонує система матеріально-технічного забезпечення навчання, в т.ч. дистанційного.
Інформаційне та навчально-методичне	В ННІ ПС ОНАЗ існує повна система інформаційного та навчально-методичного забезпечення навчання, в т.ч.

забезпечення	дистанційного.
<i>9.Академічна мобільність</i>	
Національна мобільність	кредитна
Міжнародна мобільність	кредитна
Навчання здобувачів вищої освіти	іноземних

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

### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навч.курси, курс.проекти, практика, квал.робота)	Семестр навчання	Кількість кредитів	Форм підсумк контролю
1	2		3	4
<b>Обов'язкові компоненти освітньої програми (ОК)</b>				
<i>Загальна підготовка</i>				
<b>ОК1</b>	Історія України та української культури	1.1	3	Залік
<b>ОК2</b>	Комп'ютерна графіка	3.1	3	Залік
<b>ОК3</b>	Соціологія	1.2	4	Іспит
<b>ОК4</b>	Іноземна мова	1.1;1.2;2.1	8	Залік/іспит
<b>ОК5</b>	Філософія	1.2	4	Іспит
<b>ОК6</b>	Основи права	2.1	3	Залік
<b>ОК7</b>	Політологія	3.2	4	Іспит
<b>ОК8</b>	Фізвиховння	1.1.-3.2	12	Залік
<b>ОК9</b>	Загальна психологія	2.1	4	Іспит
<b>ОК10</b>	Соціальна психологія	2.2	6	Іспит
<b>ОК11</b>	Менеджмент	2.1	3	Залік
<b>ОК12</b>	Маркетинг	2.2	3	Залік
<b>ОК13</b>	Основи інформатики	1.1	3	Залік
<b>ОК14</b>	Масова комунікація та інформація	2.1	6	Іспит
<b>ОК15</b>	Основи наукових досліджень	4.2	3	Залік
<i>Професійна підготовка</i>				
<b>ОК16</b>	Українська мова у профес.спілкуванні	1.1.-2.2	12	Іспит/залік
<b>ОК17</b>	Практична стилістика	3.1.	3	Іспит
<b>ОК18</b>	Вступ до спеціальності	1.1	3	Іспит
<b>ОК19</b>	Основи журналістики	1.1	5	Іспит
<b>ОК20</b>	Історія реклами та PR	1.2	8	Іспит
<b>ОК21</b>	КТЗ у рекламі та PR	1.2	4	Залік
<b>ОК22</b>	Етика в рекламній та PR діяльності	1.1	3	Іспит
<b>ОК23</b>	Право в галузі реклами та PR	3.1	3	Залік
<b>ОК24</b>	Теорія і практика реклами	2.2	8	Іспит
<b>ОК25</b>	Теорія і практика PR	3.1	6	Іспит
<b>ОК26</b>	Брендінг	2.2	3	Залік
<b>ОК27</b>	Іміджологія	3.2	5	Іспит
<b>ОК28</b>	Копірайтинг	3.2	4	Залік

<b>OK29</b>	Соціологія реклами	4.1	3	Залік
<b>OK30</b>	Прикладні соціологічні дослідження в рекламі та PR	3.1	6	Іспит
<b>OK31</b>	Організація роботи прес-служби	4.1	5	Іспит
<b>OK 32</b>	Аудіовізуальні технології в медіа індустрії	4.1	6	Іспит
	<i>Практична підготовка</i>			
<b>OK 33</b>	Виробнича практика	3.2/4.2	12	Захист
<b>OK 34</b>	Підготовка випускних бакалавр.робіт	4.2	6	Захист
	<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>	<b>171</b>		
	<b>Вибіркові компоненти освітньої програми (ВК)</b>			
	<i>Загальна підготовка</i>			
<b>ВК 1</b>	Риторика / Практикум з ефективної письмової комунікації	1.1	3	Залік
<b>ВК2</b>	Культурологія / Історія мистецтва	1.2	5	Залік
<b>ВК3</b>	Соціальна екологія / Медіаекологія	2.2	4	Залік
<b>ВК4</b>	Тренінг психології спілкування / Тренінг з модерації групи.	3.1	3	Залік
<b>ВК5</b>	Конфліктологія / Лідерство та формування команди у бізнесі	2.1	4	Залік
<b>ВК6</b>	Психодіагностика / Підбір та оцінка персоналу	3.2	3	Залік
	<i>Професійна підготовка</i>			
<b>ВК7</b>	Медіапланування / Медіарілейшес	4.1	5	Іспит
<b>ВК8</b>	Організація і проведення рекламних кампаній / Організація і проведення PR кампаній	4.2	4	Іспит
<b>ВК9</b>	Виставкова справа / Подієвий менеджмент	4.2	3	Залік
<b>ВК10</b>	Організація роботи відділів реклами та PR/ Сучасний рекламний та PR бізнес	4.1	5	Іспит
<b>ВК11</b>	Репутаційний менеджмент / Корпоративна культура	4.2	5	Іспит
<b>ВК12</b>	Реклама та PR в мережі Інтернет / Інтернет-маркетинг	3.1	3	Залік
<b>ВК13</b>	Комунікаційний консалтинг / Комунікаційний менеджмент	4.2	3	Залік
<b>ВК14</b>	Реклама і PR у комерційній сфері / Реклама і PR у некомерційній сфері	3.2	5	Іспит
<b>ВК15</b>	Реклама і PR у політиці / Реклама і PR у системі державного управління	3.2	5	Залік
<b>ВК16</b>	Реклама та PR в сфері ІТ-технологій / Управління ІТ- проектами	4.1/4.2	9	Залік/Іспит
	<b>Загальний обсяг вибіркової компоненти</b>		<b>69</b>	
	<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

**2.2. Структурно-логічна схема  
освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»**

### 3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Відкритий та публічний захист дипломного проекту (бакалаврська робота)
Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи за наявності	Оприлюднення оголошення на офіційному сайті випускової кафедри ОНАЗ ім. О.С. Попова. Проводиться обов'язкова перевірка на плагіат.









