

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан філологічного
факультету

 **Юрій БІДЗІЛЯ**
«04» всерення 2024 року



РОБОЧА ПРОГРАМА

ПРАКТИКА ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ВИРОБНИЧА)

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	Реклама та зв'язки з громадськістю
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова навчання	українська

Робоча програма навчальної дисципліни «Практика зі спеціальності (виробнича)» для здобувачів вищої освіти галузі знань **06 Журналістика** спеціальності **061 Журналістика** освітньої програми «**Реклама та зв'язки з громадськістю**».

Розробники:

Бідзіля Юрій Михайлович, професор кафедри журналістики, доктор наук із соціальних комунікацій, декан філологічного факультету.

Соломін Євген Олександрович, доцент кафедри журналістики, кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувач кафедри журналістики.

Барчан Олеся Василівна, доцент кафедри журналістики, кандидат філологічних наук.

Гецько Ганна Іванівна, доцент кафедри журналістики, кандидат філологічних наук.

Тарасюк Володимир Юрійович, доцент кафедри журналістики, кандидат філол. наук.


Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики

Протокол № 1 від 02 вересня 2024 року

Завідувач кафедри  Євген СОЛОМІН

Схвалено науково-методичною комісією філологічного факультету.

Протокол № 1 від 02 вересня 2024 року

Голова науково-методичної комісії  Галина ШКУРКО

1. ОПИС ПРАКТИКИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 6	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 180	четвертий	четвертий
Вид підсумкового контролю: диференційований залік Форма підсумкового контролю: усна	Семестр:	
	8-ий	8-ий
	Індивідуальна робота:	
	120	60
	Самостійна робота:	
	60	120

2. МЕТА ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Метою **практики зі спеціальності (виробничої)** є збагачення практичним досвідом у різних медіа, рекламних чи PR-структурах (на вибір студента). Передбачено вдосконалити фахову майстерність, допомогти набути компетентностей обраної спеціалізації, закріпити базові знання з теоретичних дисциплін, отриманих упродовж навчання.

Згідно з освітньою програмою, проходження практики зі спеціальності (виробничої) сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК07. Здатність працювати в команді.
- ЗК10. Оцінювати діяльність колег з погляду зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- ЗК13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- СК02. Здатність формувати контент та створювати медіапродукт.
- СК03. Здатність розробляти план PR-кампанії різного типу, цілі, завдання, стратегію й тактику її втілення.
- СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.
- СК07. Здатність адекватно застосовувати набуті знання з основ реклами та піару, основ масової комунікації, журналістикознавства, теорії й практики інформаційно-комунікаційної діяльності й навички для вирішення проблем у професійній рекламній та діяльності зі зв'язків з громадськістю.
- СК09. Здатність забезпечувати наочність і доступність реклами, дотримуватися норм громадської моралі, не порушувати правила конкурентної боротьби.
- СК13. Здатність застосовувати комп'ютерні технології для пошуку, дослідження й отримання додаткової інформації, а також для просування власного інформаційного продукту.
- СК14. Здатність ефективно застосовувати технології брендингу, іміджмейкінгу, фандрайзингу, лобізму та спонсорингу.
- СК15. Здатність координувати виконання власних професійних завдань із завданнями колег, розуміти стратегію й тактику діяльності колективу, планувати роботу
- СК16. Здатність спілкуватися, співпрацювати зі спеціалістами інших сфер, представниками різних професійних груп, експертами з різноманітних галузей знань тощо з метою виконання медіазавдань.
- СК17. Здатність виокремлювати під час виконання виробничих завдань факти, події, процеси та ін., про які бракує знань, що передбачає необхідність у самоосвіті та професійному вдосконаленні.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Передумовами для проходження **практики зі спеціальності (виробничої)** є:
ОК32 Виробнича практика в інтернет-медіа,
ОК26 Мультимедійна журналістика

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ПРАКТИКИ

Відповідно до ОП «Журналістика», проходження **практики зі спеціальності (виробничої)** повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПР):

Програмні результати навчання	Шифр ПР
Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.	ПР01
Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	ПР02
Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.	ПР03
Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.	ПР05
Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.	ПР08
Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.	ПР09
Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.	ПР11
Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.	ПР12
Генерувати контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.	ПР14
Створювати медіапродукт у галузі реклами та зв'язків з громадськістю на задану тему, визначеного формату, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.	ПР15
Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування контенту, так і створення рекламного продукту, а також його промоцію.	ПР16
Оперативно розміщувати рекламну продукцію чи інформацію у сфері зв'язків з громадськістю на доступних медіаплатформах.	ПР17

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після проходження практики:

Очікувані результати навчання	Шифр ПР
<i>Пояснюватимуть</i> свої виробничі дії та операції на основі отриманих під час виробничої практики зі спеціальності.	ПР01
<i>Застосовуватимуть</i> знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції в медіа, рекламних чи PR-структурах відповідно до здобутих під час практики знань та навичок.	ПР02

<i>Оцінюватимуть</i> свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом із колегами в медіа, рекламних чи PR-структурах.	ПР03
<i>Використовуватимуть</i> сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань у сфері реклами та зв'язків з громадськістю з урахуванням досвіду практики зі спеціалізації.	ПР05
<i>Виокремлюватимуть</i> у виробничих ситуаціях у медіа, рекламних чи PR-структурах факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і <i>розкриватимуть</i> способи та джерела здобування тих знань.	ПР08
<i>Оцінюватимуть</i> діяльність колег у медіа, рекламних чи PR-структурах як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.	ПР09
<i>Вільно спілкуватимуться</i> з професійних питань, пов'язаних із медіа, рекламними чи PR-структурами, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.	ПР11
<i>Вільно спілкуватимуться</i> з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою, спираючись на досвід роботи в медіа, рекламних чи PR-структурах.	ПР12
<i>Генеруватимуть</i> контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації, практичних навичок і знань зі сфери медіа, рекламних чи PR-структур.	ПР14
<i>Створюватимуть</i> продукт у галузі реклами та зв'язків з громадськістю на задану тему, визначеного формату, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення, досвіду роботи в медіа, рекламних чи PR-структурах.	ПР15
<i>Плануватимуть</i> свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування контенту, так і створення продукту, а також його промоцію в медіа, рекламних чи PR-структурах.	ПР16
<i>Оперативно розмішуватимуть</i> рекламну продукцію чи інформацію у сфері зв'язків з громадськістю на доступних медіаплатформах, базуючись на знаннях та навичках, здобутих під час стажування в медіа, рекламних чи PR-структурах.	ПР17

5. БАЗИ ПРАКТИКИ

Відповідно до Положення про практику студентів Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет» бази практики визначаються довгостроковим або короткостроковим договорами між університетом і закладами освітньої сфери всіх форм власності і є офіційною підставою для проходження практики здобувачів вищої освіти. Тривалість договорів погоджується договірними сторонами. Вона може визначатися на період практики або на термін до п'яти років із можливістю подальшої пролонгації на такий самий термін.

Здобувачі мають можливість завчасно самостійно пропонувати місце проходження практики за умови підписання короткострокового договору між університетом і закладом освіти. Бази практики повинні мати всі умови для виконання здобувачами освіти плану практики. Керівники баз практик зобов'язані забезпечити створення належних умов для проходження практики, дотримання правил і норм охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії відповідно до законодавства. Закріплення здобувачів за базами практики та призначення керівників від кафедри оформлюється наказом ректора університету. Розподіл здобувачів освіти заочної форми навчання оформлюється розпорядженням декана.

Як бази практики кафедра журналістики використовує редакції друкованих (Газет “Високий Замок”, “Вісник Хустщини” тощо) та онлайн-видань (“VAROSH”), телеканалів (АТ “НСТУ”, ТРК “Мукачєво” (“М-Студіо”), ТРК “Перший кабельний”, “21 Ужгород” та ін), радіостудії (Радіо “Тиса FM”, “Українське радіо. Ужгород” та ін), пресслужби та підрозділи державних установ (Департамент стратегічних комунікацій, національностей та релігій Закарпатської ОВА, ГУ Нацполіції в Закарпатській області, Берегівська РДА та ін.), які мають змогу забезпечити необхідні умови для виконання студентом програми практики. В окремих випадках студент може бути скерований до університетських (відділ міжнародних зв’язків, інформаційно-видавничий центр, пресслужбу, «Медіацентр УжНУ», газету «Погляд» та ін.) чи кафедральних (мультимедійна платформа «Media Vista», пресклуб молодого журналіста, навчальна телерадіостудія та ін.) підрозділів, у яких є можливість виробляти й оприлюднювати інтернет-продукт.

Бази практики в особі їх перших керівників та ЗВО відповідають за організацію, якість і результати практики здобувачів. Перед початком практики студент проходить загальний інструктаж у ЗВО, присутність на якому підтверджується власноручним підписом та первинним інструктажем на виробництві – безпосередньо в редакції.

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Термін проходження «Практики зі спеціальності (виробничої)» – 4 тижні.

Робота спрямовується на набуття практичного досвіду в різних медіа, рекламних чи PR-структурах (на вибір студента). Передбачено вдосконалити фахову майстерність, допомогти набутти компетентностей обраної спеціалізації, закріпити базові знання з теоретичних дисциплін, здобутих протягом навчання.

За час проходження практики зі спеціальності (виробничої) студент здобуває практичні навички, вдосконалює компетентності, що отримав під час теоретико-практичного навчання в ЗВО, а саме:

- поглиблює розуміння про специфіку медіа, рекламних чи PR-організацій, де проходить практика, їх структуру та фахові обов’язки працівників;
- долучається до планування та втілення рекламних акцій та PR-кампаній;
- самостійно здійснює пошук тем для іміджевих та рекламних матеріалів, продукує авторські ідеї для створення та просування рекламних повідомлень, відеороликів, програм, публікацій;
- проводить моніторинг інформації щодо медіа, рекламної чи PR-структури для формування цілей PR-кампанії;
- досліджує цільову аудиторію та громадську думку щодо наявного та потенційного іміджу організації, особи, продукту, послуги чи певної ідеї;
- долучається до медіапланування та створення медіабази установи, де проходить практику;
- бере участь в організації пресконференцій, брифінгів, зустрічей для журналістів із різних актуальних питань;
- створює власні публікації, відео- чи аудіоконтент для ЗМІ, особистих, комерційних, громадських та державних сайтів, соціальних мереж, рекламні та PR-повідомлення різного типу;
- долучається до створення та проведення різноманітних PR-подій;
- удосконалює навички оперативної, технічної, організаторської роботи рекламника та фахівця зі зв’язків із громадськістю в обраних медіа, рекламних та PR-структурах;
- поглиблює знання про рекламну та PR-діяльність з урахуванням фахових етичних принципів та законодавчих норм.

За час практики студент має створити та представити в залежності від специфіки обраного медіа, рекламної чи PR-організації 5 матеріалів рекламного/PR-спрямування:

- 1) кейс-історію або іміджеву публікацію (1, на вибір практиканта);
- 2) рекламний постер про організацію, в якому проходить практика студента (1, електронний варіант);

- 3) рекламний відеоролик про організацію установу, послугу, особу, продукт (1, на вибір студента);
- 4) власний план проведення PR-кампанії установи (закладу, підприємства), в якій студент проходить практику (1 матеріал, див. додаток 8);
- 5) матеріал реклами соціального характеру (1).

7. ОРІЄНТОВНЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПЕРІОД ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

№	Вид та зміст роботи	Період виконання завдань
1.	<p>Участь у настановчій нараді: ознайомлення з метою, завданнями, програмою, базами практики, із вимогами до оформлення документації, формою звітності, правами й обов'язками практикантів та іншими організаційними питаннями; отримання рекомендації щодо прибуття на бази практики й зустрічі з керівниками медіа, рекламних чи PR-структур. Прибуття та ознайомлення з базою практики, організаційною структурою медіа, рекламних чи PR-структур, їхнім керівництвом та колективом, режимом роботи та ключовими напрямками діяльності. Спостереження за роботою колективу: вивчення внутрішнього процесу діяльності медіа, рекламних чи PR-структур, відвідування планірок, ознайомлення з роботою різних відділів (новинного, аналітичного, мультимедійного тощо) або відповідних окремих працівників, а також із технічним оснащенням організацій. Виконання завдань із підготовки матеріалів, участь у створенні мультимедійного контенту (відео, аудіо, графіка), робота з фактчекінгом, редагування матеріалів під керівництвом наставників. Ведення щоденника практики.</p>	Перший тиждень
2.	<p>Відвідування редакційних нарад та спостереження за роботою колег. Участь у підготовці контенту з урахуванням теоретичних, методичних і професійних стандартів, особливостей роботи з різними жанрами та форматами, що притаманні діяльності медіа, рекламних чи PR-структур. Підготовка 2–3-х власних матеріалів для публікації чи ефіру. Аналіз контенту організації, зокрема публікацій у різних форматах, дослідження специфіки виробничих продуктів, особливостях використання сучасних підходів до створення інтерактивного контенту. Спостереження за якістю та нормативністю комунікації колег з аудиторією, участь у підготовці матеріалів для інтерактивних чи позаефірних заходів, таких як вебінари, майстер-класи чи інтерактивні сесії. Робота в організації відповідно до плану керівника практики: виконання завдань із підготовки матеріалів. Ведення щоденника практики.</p>	Другий тиждень

3.	Самостійний пошук тем для іміджевих та рекламних матеріалів, продукування авторських ідей для створення та просування рекламних повідомлень, відеороликів, програм, публікацій. Проведення моніторингу інформації щодо медіа, рекламної чи PR-структури для формування цілей PR-кампанії. Дослідження цільової аудиторії та громадської думки щодо наявного та потенційного іміджу організації, особи, продукту, послуги чи певної ідеї. Долучення до медіапланування та створення медіабази установи, де проходить практику. Участь в організації пресконференцій, брифінгів, зустрічей для журналістів із різних актуальних питань. Створення власних публікацій, відео- чи аудіоконтенту для ЗМІ, особистих, комерційних, громадських та державних сайтів, соціальних мереж, рекламних та PR-повідомлень різного типу. Долучення до створення та проведення різноманітних PR-подій. Удосконалення навичок оперативної, технічної, організаторської роботи рекламника та фахівця зі зв'язків із громадськістю в обраних медіа, рекламних та PR-структурах. Ведення щоденника.	Третій тиждень
4.	Підготовка та створення власних матеріалів (2–3); робота з базою практики відповідно до завдань, поставлених керівником практики. Участь у підготовці проектів організацій, спрямованих на залучення аудиторії або на вирішення важливих суспільних питань. Робота з перспективними проектами в галузі реклами, вивчення досвіду старших колег. Ведення необхідної документації практикантом, включаючи щоденник практики, підготовку звіту. Підготовка матеріалів до звіту.	Четвертий тиждень
5.	Загальна тривалість практики.	4 тижні
6.	Захист практики.	За графіком кафедри

8. ОРГАНІЗАЦІЯ І КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Відповідно до п. 5.5.6. “Положення про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет»” організацію практичної підготовки регламентує “Положення про практику студентів ДВНЗ «УжНУ»”.

Студенти денної форми навчання направляються на практику наказом ректора університету, студенти заочної форми навчання – розпорядженням декана факультету, якщо проведення практики не вимагає з боку університету фінансових витрат. Відповідальність за організацію, проведення і контроль практики покладається на першого проректора університету.

Керівництво медіапрактикою студентів здійснюють викладачі від кафедри журналістики – з одного боку та представники від медіавиробництва – з іншого. До керування навчальними та виробничими видами практики залучаються, як правило, досвідчені викладачі кафедри журналістики, які мають не лише навчально-науковий, але й практичний досвід роботи в медіа.

Керівник практики від кафедри:

- перед початком практики перевіряє готовність баз практики та здійснює всі необхідні заходи для проходження практики на належному рівні;
 - забезпечує всі необхідні організаційні заходи до початку практики;
 - проводить цільовий інструктаж з техніки безпеки та охорони праці;
 - видає студентам-практикантам необхідні документи (направлення, щоденник, індивідуальні завдання);
 - знайомить студентів із вимогами щодо оформлення звіту про проходження практики;
 - у тісному контакті з керівником від бази практики забезпечує належну якість її проходження згідно з робочою програмою;
 - після завершення практики подає звіт про її результати завідувачу кафедри;
 - у складі комісії бере участь у захисті та оцінюванні матеріалів практики;
- Завідувач кафедри за вимогою керівника виробничої практики університету подає узагальнений звіт про проходження студентами практики за рік.

Керівники від бази практик разом із представниками університету відповідають за організацію, якість і загальні результати практики студентів. Обов'язки безпосередніх керівників від баз практики зазначаються в договорах про проведення практики.

При проходженні практики студенти зобов'язані:

- з'явитися на нараду щодо порядку проходження практики; пройти інструктаж з техніки безпеки та охорони праці до початку практики; проконсультуватися з керівником практики від кафедри щодо оформлення всіх необхідних документів;
- вчасно прибути до медіаредакцій з першого дня практики відповідно до наказу ректора;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики, та вказівки керівників;
- дотримуватись законодавства України про інформаційну діяльність, етичних стандартів, правил охорони праці, техніки безпеки та виробничої санітарії;
- вчасно підготувати звіт про проходження практики, портфоліо з оприлюдненими матеріалами
- у встановлений день та час прибути на захист матеріалів практики.

9. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ, ДОПУСКУ ДО ЗАХИСТУ ПРАКТИКИ

Практика завершується підготовкою документації практики та майбутнім захистом матеріалів при комісії, яка формується кафедрою. Звітні документи упродовж тижня після завершення практики подаються для реєстрації на кафедру в папці стандартних розмірів із оформленою титульною сторінкою.

Звітність про проходження практики включає:

- щоденник, заповнений студентом та підписаний керівниками практики від бази практики та університету;
- відгук керівника від бази практики про виконану студентом роботу;
- відгук керівника від університету;
- письмовий звіт студента-практиканта з власноручним підписом;
- авторські медіаматеріали (медіапродукти), відповідно до завдань практики.

Звіт про проходження практики створюється в довільній формі та передбачає наявність таких відомостей:

- 1) назва засобу масової інформації / медіа, на базі якого проходила практика, його місцезнаходження;
- 2) терміни проходження практики;
- 3) відділ та посада студента-практиканта;
- 4) виконані завдання, передбачені програмою практики;
- 5) завдання, виконані за власною ініціативою або дорученням керівника практики від організації;
- 6) неоприлюднені в медіа матеріали (проаналізувати причини цього, надати роздруківки публікацій та сценаріїв з підписом та печаткою керівника практики від підприємства);
- 7) участь студента (-ки) в роботі редакції ("літучки", засідання, обговорення тощо);

- 8) участь студента (-ки) в професійних заходах (пресконференціях, брифінгах, круглих столах тощо);
- 9) труднощі, які виникали при проходженні практики та пропозиції щодо їх усунення;
- 10) співпраця з керівниками практики;
- 11) висновки та побажання щодо організації практики в майбутньому;
- 12) дата, ім'я та прізвище студента, підпис.

Підсумкова форма оцінювання результатів практики – публічний захист звітних документів та їх презентація (залік із диференційованою оцінкою), що відбувається при комісії, призначеній завідувачем кафедри або деканом факультету. До складу комісії повинні входити керівники практики від кафедри та факультету. У роботі комісії можуть брати участь й інші викладачі кафедри.

Комісія приймає залік у студентів упродовж тижня з дня завершення практики або протягом перших семи днів семестру, який починається після практики. Оцінка за практику вноситься у відомість обліку успішності, індивідуальний навчальний план та залікову книжку студента.

Студентам, які не виконали програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики за індивідуальним графіком. Студенти, які не виконали програму практики без поважних причин, отримали незадовільну оцінку і не ліквідували академічну заборгованість у встановлений термін, – відраховуються з університету.

10. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Загальна оцінка результатів проходження практики здійснюється з урахуванням виконання всіх видів роботи та завдань, передбачених програмою практики, відгуку й запропонованої оцінки керівника практики від медіапідприємства, публічного захисту.

Розподіл балів за виконання програми практики:

№	Вид роботи	Бали
1	Авторські медіаматеріали (оригінальність контенту, актуальна тематика, новизна та фактологічне наповнення, візуалізація, грамотність, творче втілення концепції, ідейне новаторство)	60
2	Звіт та щоденник (належне оформлення, наявність позитивного відгуку керівника практики від медіа, наявність повної інформації щодо процесу організації та результатів проходження практики)	10
3	Терміни здачі матеріалів практики (дотримання календарного плану проходження практики та вчасна реєстрація документів)	10
4	Усний захист (практикант належно демонструє власні медіаматеріали, орієнтується в змісті поданого звіту та в програмі практики в цілому, надає правильні аргументовані відповіді на всі запитання)	10
5	Обсяг матеріалів (за умови перевищення кількості підготовлених та оприлюднених медіаматеріалів, що передбачені програмою практики)	10
	РАЗОМ	100

Загальне оцінювання результатів проходження практики, виконання індивідуальних завдань, оформлення та захист звіту здійснюється за кредитно-трансферною системою, згідно з якою максимальний рейтинг кожного здобувача складається з оцінювання в балах за всіма критеріями, що виставляються під час захисту і переводиться в оцінку за схемою:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ESTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Добре

74-81	C	
64-73	D	Задовільно
60-63	E	
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

10. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Земляна І. Робота під PRESSом. Посібник для безпечної повсякденної роботи медійників URL: <https://imi.org.ua/upload/books/2019/07/03/Posibnyk-z-bezpeky-2020.pdf> (дата звернення: 17.12.2024).
2. Інструкція з охорони праці для студентів-практикантів при проходженні практики зі спеціалізації, затверджена наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» №122/01-17 від 29 листопада 2017 року.
3. Кодекс етики українського журналіста. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 25.06.2024).
4. Кодекс законів про Працю України. Закон України про ОТВ в умовах воєнного стану. URL: https://profibooks.org/ua/p41396487-kodeks-zakonivpro.html?source=merchant_center&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA3ZC6BhBaEiwAeqfvvqe4fnCHymLE8ObqBc3BaME2OcuRZyr2P71sFjTEbFu8Q73MD2gdaBoCp-EQAvD_BwE (дата звернення: 17.12.2024).
5. Консолідований Кодекс Міжнародної Торговельної Палати із практики реклами та маркетингових комунікацій. URL: <http://reklamspilka.in.ua/ukr/250/> (дата звернення: 12.03.2024).
6. Навчальні та виробничі практики студентів-медійників. Частина 3 (ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю»): навчально-методичний посібник / Укладачі: Ю.М. Бідзіля, Є.О. Соломін, О.В. Барчан, Г.І. Гецько. Ужгород, 2025. 45 с.
7. Положення про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет», введеного в дію наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» № 61/01-04 від 24.12.2020 року <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357> (дата звернення: 25.06.2024).
8. Положення про практику студентів Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет», введеного в дію наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» № 388/01-17 від 24.02.2017 року <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11775> (дата звернення: 25.06.2024).
9. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України, затвердженого наказом Міністерства освіти України № 93 від 08.04.93 (із змінами, внесеними згідно з наказом МОН України № 351 (v0351281-94) від 20.12.94) (дата звернення: 25.06.2024).
10. Порядок проходження виробничої практики студентами та учнями. URL: <https://wiki.legalaid.gov.ua> (дата звернення: 25.11.2024)
11. Посібник з журналістської етики / [Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Куц Л.]. Київ: Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с.
12. Про академічну доброчесність в «Ужгородському національному університеті»: положення затв. наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» від 03.03.2017 № 409/01-17. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223> (дата звернення: 25.06.2024).

13. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 №1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 25.06.2024).
14. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 25.06.2024).
15. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145- VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 25.06.2024).
16. Про рекламу: Закон України. Відом. Верхов. Ради України. (ВВР). 1996. № 39, ст. 181. В ред. Закону №3498-IX від 22.11.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 10.01.2024).
17. Про систему внутрішнього забезпечення якості освіти Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет»: положення затв. наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» від 05.11.2018 № 95/01-04. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/18747> (дата звернення: 25.06.2024).
18. Рекомендації журналістам щодо організації роботи на військових об'єктах та в районах бойових дій в умовах воєнного стану. URL: rekomentacii_dlia_ZMI_new24.pdf (mil.gov.ua) (дата звернення: 25.06.2024).

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Сайт УжНУ. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/>
2. Репозитарій УжНУ. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/>
3. Наукова бібліотека УжНУ. URL: <http://www.lib.uzhnu.edu.ua/#myCarousel>
4. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>