

Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
Філологічний факультет  
Кафедра журналістики

**НАВЧАЛЬНІ ТА ВИРОБНИЧІ ПРАКТИКИ ДЛЯ  
СТУДЕНТІВ-МЕДІЙНИКІВ**

**ЧАСТИНА 3**

(ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю»)

Ужгород 2025

УДК 070(076):659.1+659.4

Н-15

**Укладачі:**

**БІДЗІЛЯ Юрій Михайлович** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан філологічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

**СОЛОМІН Євген Олександрович** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

**БАРЧАН Олеся Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

**ГЕЦКО Ганна Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

**Рецензенти:**

**КУЗНСЦОВА Тетяна Василівна**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор (Київський столичний університет імені Бориса Грінченка);

**ГАБОР Наталія Богданівна**, кандидат філологічних наук, доцент (Львівський національний університет імені Івана Франка).

**Відповідальний за випуск:**

**СОЛОМІН Євген Олександрович** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

**Рекомендовано до друку:**

кафедрою журналістики (Протокол № 4 від 07.11.2024 р.); Науково-методичною радою філологічного факультету (Протокол № 2 від 08.11.2024 р.); Вченою радою філологічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Протокол № 1 від 08.11.2024 р.)

**Навчальні та виробничі практики для 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.Гецко. Ужгород, 2025. 43 с.**

У третій частині посібника викладено методичні рекомендації щодо проходження практики для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика» освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю». Роз'яснено ті види практик, які студент проходить з відривом від навчання, а також – вимоги щодо їх проходження, специфіку підготовки та публікації матеріалів, оформлення звітності та критерії оцінювання тощо.

Рекомендовано здобувачам вищої освіти спеціальності «Журналістика» освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю», керівникам практик від вишу та організації – бази практики.

© Юрій Бідзіля, Євген Соломін,  
Олеся Барчан, Ганна Гецко

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	4
<b>1. Загальні положення</b> .....	6
1.1. Мета та зміст практики.....	6
1.2. Місце проходження практики. Бази практик.....	7
1.3. Керування практикою.....	7
<b>2. Структура практики</b> .....	9
2.1. Ознайомча практика за фахом (навчальна).....	9
2.2. Виробнича практика (радіо/телебачення).....	10
2.3. Виробнича практика (пресслужба).....	11
2.4. Виробнича практика в інтернет-медіа .....	12
2.5. Практика зі спеціальності (виробнича) .....	13
<b>3. Звітування здобувачів вищої освіти про проходження практики</b> .....	15
3.1. Загальні вимоги до оформлення документів практики.....	15
3.2. Вимоги до звіту.....	15
3.3. Щоденник практики.....	16
3.4. Вимоги до медіаматеріалів.....	16
<b>4. Захист матеріалів та критерії оцінювання результатів практики</b> .....	17
4.1. Захист практики.....	17
4.2. Критерії оцінювання.....	18
Використані та рекомендовані джерела інформації.....	19
<b>Додатки</b> .....	21

## ВСТУП

В Ужгородському національному університеті практика є важливим компонентом навчального процесу здобувачів вищої освіти, позаяк спрямована на набуття практичних умінь та навичок, сприяє формуванню ключових компетентностей відповідно до обраної кваліфікації. Упродовж усього процесу навчання здобувачі спеціальності «Журналістика» ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» мають можливість проходити практику як без відриву від навчання, так і безпосередньо в редакціях відповідних медіа. Навчальна та виробнича практики узгоджуються з основним фокусом освітньої програми, яким передбачено підготовку компетентного конкурентоздатного фахівця, що має ґрунтовні знання в галузі соціальних комунікацій, потрібні для професійної діяльності у сфері медіакомунікації (зв'язків із громадськістю, рекламної творчості), може належно працювати в рекламних агенціях, підрозділах зв'язків із громадськістю, комунікаційних структурах; володіє знаннями з журналістики, історії реклами та PR, новітніх PR- та рекламних комунікацій, медіалінгвістики, основ масової комунікації, методики створення друкованої, радіо-, теле- й інтернет-реклами, технології виробництва рекламного та PR-продукту; застосовує креативний підхід, спираючись на знання з засад літературної творчості, філософії, історії; дотримується професійних та етичних цінностей у процесі виконання професійних завдань. В основі ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» – актуальні теоретико-практичні напрацювання, сучасні освітні методики, знання та досвід наукового-педагогічних працівників, а також новітні медіатенденції в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

Кафедра журналістики, керуючись Законом України «Про вищу освіту» (ст. 51), забезпечує практичну підготовку здобувачів вищої освіти як на відповідних базах практики (підприємствах, організаціях, установах), з якими попередньо укладені договори (див. додаток 4), так і в структурних підрозділах Ужгородського університету, що здійснюють комунікаційну діяльність. Особлива увага звертається на дотримання належних умов проходження практики з урахуванням правил і норм охорони праці, техніки безпеки, Кодексу законів про працю, інших законодавчих та підзаконних актів, що стосуються самого проходження студентської практики.

Практика здобувачів, які навчаються за ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», є частиною освітньо-професійної програми підготовки фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр та представлена в навчальних планах.

Майбутні фахівці з реклами та зв'язків з громадськістю проходять практику керуючись «Положенням про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» (затверджено наказом Міністерства освіти України від 08.04.1993 р. № 93), «Положенням про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах» (затверджено наказом Міністерства освіти України від 02.06.1993 р. № 161), Положенням «Про практику студентів ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (схвалено на засіданні Вченої ради ДВНЗ Ужгородський національний університет» від 23 лютого 2017 року, № 3), «Інструкцією з охорони праці для студентів-практикантів при проходженні практики зі спеціалізації» (затверджено наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» №122/01-17 від 29 листопада 2017 року) та іншими нормативними документами, що регламентують практичну підготовку майбутніх фахівців.

Для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика» ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» денної та заочної форми навчання навчальними планами передбачено 5 видів практик:

- ознайомча практика за фахом (навчальна);
- виробнича практика (радіо/телебачення);
- виробнича практика (пресслужба);
- виробнича практика в інтернет-медіа;
- практика зі спеціальності (виробнича).

Зміст і послідовність проходження практики визначається робочими програмами практики – важливими навчально-методичними документами, розробленими на кафедрі журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Здобувач має можливість на практиці апробувати знання з новітніх рекламних та маркетингових комунікацій, іміджевих технологій, методики позиціонування та просування в інтернет-просторі, застосування інструментів паблік рилейшнз у сучасній медіасфері.

Практика як невід'ємна складова підготовки кваліфікованих фахівців впливає на рівень наукових і професійних знань, умінь і навичок для майбутньої практичної діяльності в сфері реклами та зв'язків з громадськістю, формує творчі якості студентів, сприяє їхній підготовленості до роботи в пресслужбах, відділах зв'язків із громадськістю, PR-агенціях, рекламних структурах тощо.

# 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

## 1.1. Мета та зміст практики

Основною метою практики є набуття практичних навичок роботи в медіаструктурах та вміння застосовувати знання, набуті протягом навчання в університеті. Здобувачі вищої освіти вивчають специфіку роботи організації, до якої вони скеровані університетом. Зміст практики в редакціях засобів масової інформації передбачає знайомство з інформаційною політикою медіа, роботою редакційного колективу, особливостями підготовки та оприлюднення журналістських публікацій, рекламних матеріалів та PR-текстів. Практиканти повинні ініціювати створення власних інформаційних матеріалів відповідно до медіаплану редакції та завдань практики. Зміст практичної підготовки здобувачів у пресслужбах, рекламних та PR-агентствах, відділах зв'язків з громадськістю, комунікаційних структурах організацій передбачає знайомство з колективним менеджментом, маркетинговою стратегією, планами рекламних та PR-кампаній тощо. Здобувачі мають можливість взяти участь у розробці та втіленні основних етапів рекламної та PR-діяльності, що включає проведення SWOT-аналізу, вивчення аудиторії, дослідження громадської думки, створення медіакарти та медіаплану, розробку тактики та стратегії рекламної чи PR-кампанії, рекламних брифів, сценаріїв рекламних відеороликів, контент-планів для акаунтів соцмереж тощо. Важливою частиною практики студентів ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» є набуття вміння роботи в інтернет-медіа, під час якої в реальних професійних умовах створюється мультимедійний та кросмедійний рекламний продукт із використанням відео-, аудіоматеріалів, гіпертекстуальних та мультимедійних елементів тощо; удосконалюються навички створення та промоції кросмедійного рекламного та PR-контенту для різної цільової аудиторії.

Здобувачі вищої освіти мають можливість ознайомитися зі специфікою різних етапів роботи фахівця з реклами та зв'язків із громадськістю, безпосередньо брати участь у виготовленні медіапродуктів та супроводу медіаподій, створення основних PR-засобів (іміджевих публікацій в ЗМІ, рекламних повідомлень різного типу, PR-подій, PR-контенту для різних онлайн-платформ, інтернет-просування тощо); поглибити досвід планування та роботи над різними етапами в PR-кампаніях, співпраці в колективах медіа, пресслужбах, відділах зв'язків із громадськістю, рекламних та PR-агенціях тощо. Усе це поглибить, розширить та вдосконалисть їхні професійні вміння та навички, актуалізує теоретичні знання та розвине здатність застосовувати їх на практиці.

## **1.2. Місце проходження практики. Бази практик**

Система практик зі спеціальності «Журналістика» ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» дає змогу здобувачам уже впродовж навчання в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» активно включитися в діяльність різноманітних структур рекламної та PR-галузі й закласти основи професійної кар'єри.

Як зовнішні бази практики кафедра журналістики використовує редакції друкованих та онлайн-видань, теле-, радіостудії, інформаційні, PR та рекламні агентства, пресслужби, відділи реклами, маркетингу та зв'язків з громадськістю установ та організацій, які можуть забезпечити всі необхідні умови для виконання студентом програми практики та є юридичними особами різних форм власності, що здійснюють діяльність у сфері надання медіапослуг. В окремих випадках здобувач може бути скерований до університетських підрозділів, які займаються інформаційно-комунікаційною діяльністю (відділ міжнародних зв'язків, Інформаційно-видавничий центр, що включає Відділ зв'язків з громадськістю, Пресслужбу, Медіацентр, газету «Погляд»).

Студент скеровується на практику наказом ректора, в якому вказують тривалість, місце проходження та керівника практики від ЗВО. Керівництво ДВНЗ «Ужгородський національний університет» разом із деканом та завідувачем кафедри журналістики здійснює підготовку та укладання довгострокових договорів із зовнішніми базами практик. Тривалість дії документу погоджується договірними сторонами. Договір може охоплювати період конкретного виду практики або діяти протягом 5 років (див. додаток 4).

Місце та базу практики здобувача може бути змінено й тоді він скеровується в установу на підставі короткострокової угоди/відношення (див. додаток 5). Таке право студента передбачено відповідно до п. 2.3 «Положення про практику студентів Державного вищого навчального закладу “Ужгородський національний університет”».

Бази практики в особі їх перших керівників разом з Університетом несуть відповідальність за організацію, якість і результати практики здобувачів. На основі укладеного довгострокового чи короткострокового договору, студентів/групі студентів видається направлення на практику.

## **1.3. Керування практикою**

Процес організації та керування практикою здійснюється відповідно до п. 5.5.6. “Положення про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет»” та регламентується “Положенням про практику студентів ДВНЗ «УжНУ»”. Бази практик в особі їх керівників разом із представниками університету несуть відповідальність за організацію, якість і результати практики студентів.

Обов'язки безпосередніх керівників від баз практики зазначаються в договорах про проведення практики.

Студенти денної форми навчання направляються на практику наказом ректора університету, студенти заочної та дистанційної форми навчання – розпорядженням декана факультету, якщо проведення практики не вимагає від університету фінансових витрат. Відповідальність за організацію і проведення практики покладається на завідувача кафедри журналістики, а контроль за виконанням наказу про направлення – на проректора-куратора факультету.

До керівництва практикою студентів залучаються досвідчені викладачі кафедри журналістики. До повноважень та обов'язків керівника практики від кафедри входить:

- перевірити перед початком практики готовність бази до її проведення та здійснити всі необхідні заходи для забезпечення належного рівня для виконання всіх завдань цього виду навчальної діяльності;

- забезпечити проведення інструктажу (вступний, первинний, цільовий тощо) з техніки безпеки та охорони праці, пожежної безпеки в залежності від виду практики, року навчання, місця проходження та ін.;

- видати здобувачам-практикантам пакет необхідних документів (направлення, щоденник, індивідуальні завдання), ознайомити їх із вимогами щодо оформлення звітності про проходження практики;

- забезпечити у тісному контакті з керівником від бази практики високу якість її проходження згідно з робочою програмою;

- входити до складу комісії, що приймає диференційований залік за результатами проходження і захисту практики студентом;

- після завершення практики подати звіт про особливості та результати цього виду роботи завідувачу кафедри.

Завідувач кафедри в кінці кожного навчального року подає узагальнений звіт про результати проходження здобувачами практики за рік у навчальну частину (керівнику виробничої практики університету).

При проходженні практики здобувачі зобов'язані:

- ✓ з'явитися перед початком практики на інструктивну нараду, прослухати інструктаж, засвідчити це власноручним підписом;
- ✓ проконсультуватися з керівником практики від кафедри щодо її умов та вимог, оформлення необхідних звітних документів та матеріалів;
- ✓ отримати на кафедрі направлення та щоденник практики;
- ✓ прибути на базу практики у перший день її початку відповідно до наказу;
- ✓ виконати всі завдання, передбачені програмою практики, у повному обсязі, дотримуватися вказівок керівників практики від університету та організації (установи), де вона проходить;
- ✓ дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;

- ✓ своєчасно підготувати та подати матеріали та звітні документи на кафедру журналістики для реєстрації та перевірки керівником;
- ✓ прибути на захист матеріалів практики у зазначений час.

## 2. СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

Види практик	Курс	Се- местр	Тиж- нів	Кредитів ECTS	Усього год.	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Форми контролю
Ознайомча практика за фахом (навчальна)	I	2	3	4,5	135	45	90	залік
Виробнича практика (радіо/телебачення)	II	4	3	4,5	135	45	90	залік
Виробнича практика (пресслужба)	III	6	4	6	180	60	120	залік
Виробнича практика в інтернет-медіа	IV	7	4	6	180	60	120	залік
Практика зі спеціальності (виробнича)	IV	8	4	6	180	60	120	залік

### 2.1. Ознайомча практика за фахом (навчальна)

Навчальна ознайомча практика за фахом передбачена для здобувачів вищої освіти 1 року навчання. Вона полягає в ознайомленні зі структурою, організацією та особливостями роботи в редакційному колективі засобу масової інформації, функціонуванням його відділів, плануванням та організацією робочого часу, специфікою комунікації зі стейкхолдерами, етапами підготовки, виготовлення та публікацією/оприлюдненням медіапродукту, поглиблення досвіду застосування професійної техніки. Здобувачі під час практики опановують взаємодію журналістів і фахівців з реклами та зв'язків із громадськістю, засвоюють фахові обов'язки, засади професійної етики та етикету.

За час проходження ознайомчої практики за фахом (навчальної) здобувач має набути нових практичних умінь та навичок, серед яких такі:

- ознайомитися з особливостями роботи, функціонуванням медіаредакцій та рекламних відділів ЗМІ, їх структурою та плануванням роботи;
- брати участь у загальноредакційному процесі;
- простежити специфіку поширення реклами різного типу в друкованих ЗМІ;

- закріпити практичні навички використання різних інформаційних баз даних, офіційних сайтів державних структур тощо;
- знати всі творчі (від задуму теми до її реалізації) та технічні (макетування, верстка, дизайн номеру, випуск) етапи формування друкованого чи онлайн-видання;
- уміти створювати авторські медіатексти з урахуванням усіх складових підготовки, опрацювання та публікації матеріалів у різних форматах та жанрах;
- доповнювати свої медіапродукти власним ілюстративним матеріалом;
- здійснювати багатоступеневу перевірку фактів, наведених в авторських публікаціях;
- дотримуватися законодавчих норм, етичних, професійних стандартів та техніки безпеки впродовж усього періоду практики;
- створити та опублікувати 5 різножанрових медіатекстів (3 – в інформаційних жанрах, 2 – аналітичні чи художньо-публіцистичні).

З урахуванням редакційної політики медіа та формату матеріалів, що публікуються, здобувач-практикант, за погодженням з керівниками, має право замінити художньо-публіцистичні (аналітичні) жанри на інформаційні (у відповідності 1:2).

## **2.2. Виробнича практика (радіо/телебачення)**

Виробнича практика на радіо/телебаченні – обов’язкова складова частина навчального процесу на 2 році навчання здобувачів освітньої програми «Реклама та зв’язки з громадськістю», пов’язана з вивченням та закріпленням знань із теле- та радіовиробництва. Студенти знайомляться зі специфікою роботи відділів реклами та піару в теле- та радіокомпаніях, телевізійних та радіостудіях, студіях подкастів, звукозапису, відеопродакшну; закріплюють теоретичні та практичні знання, набуті в університеті.

За час проходження виробничої практики (радіо/телебачення) здобувач має набути нових практичних умінь та навичок, серед яких такі:

- ознайомитися з особливостями роботи та функціонуванням редакційного колективу на радіо/телебаченні, студіях подкастів, відеопродакшну, звукозапису;
- брати участь у загальноредакційному процесі та рекламному менеджменті;
- знати весь цикл підготовки та оприлюднення рекламного продукту: від спілкування із рекламодавцем до виходу готової реклами в радіо-/телеетер;
- уміти самостійно розробляти бриф та сценарій рекламного ролика для замовника;

- досліджувати специфіку цільової аудиторії рекламованого продукту чи послуги;
- вміти застосовувати психотехнології реклами під час створення рекламних аудіо- та відеороликів;
- працювати з технічними засобами та цифровими технологіями телерадіокомпаній, студій подкастів, звукозапису, відеопродакшну;
- застосовувати нормативне, інтонаційно-виразне мовлення, техніку правильної вимови, мовленнєве (інтонаційне) дихання та дикцію, ефективно послуговуватися голосовими можливостями для створення телерадіореклами;
- дотримуватися законодавчих норм, етичних, професійних стандартів та техніки безпеки впродовж усього періоду практики;
- створити та оприлюднити 5 рекламних аудіо-/відеороликів:
  - 1) рекламу медіа, в якому проходить практика студента (1 матеріал);
  - 2) соціальну рекламу (1 матеріал);
  - 3) комерційну рекламу продукту чи послуги для замовника (1 матеріал);
  - 4) короткі аудіо-/відеосюжети з власною участю з використанням нативної реклами (2 матеріали).

Кожен авторський рекламний матеріал (обсяг 1-2 хв) повинен доповнюватися брифом (див. додаток 6) та сценарієм (див. додаток 3), які додаються до матеріалів практики.

### **2.3. Виробнича практика (пресслужба)**

Виробнича практика в пресслужбі – обов’язкова складова частина навчального процесу на 3 році навчання здобувачів ОП «Реклама та зв’язки з громадськістю». Студенти знайомляться зі специфікою роботи пресслужб органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств та юридичних осіб; закріплюють теоретичні та практичні знання зі сфери зв’язків з громадськістю, комунікації з медіа, PR-менеджменту та медіамоніторингу тощо.

За час проходження виробничої практики (пресслужба) здобувач має набути нових практичних умінь та навичок, серед яких такі:

- ознайомитися зі структурою та специфікою роботи пресслужби, функціональними обов’язками працівників;
- розглянути основні напрямки стратегічного PR-плану, долучатися до щоденного процесу планування;
- здійснювати медіамоніторинг інформаційного простору, відстежувати тональність та контекст репрезентації організації (позитивний, нейтральний, негативний), складати висновки;

- брати участь у заходах взаємодії зі ЗМІ (проведення інтерв'ю, написання та розсилка пресрелізів, інформаційних матеріалів тощо);
- долучатися до організації та проведення брифінгів, пресконференцій, пресніданків, престурів, круглих столів та інших подій;
- уміти формувати відповіді на інформаційні запити від журналістів та представників медіа;
- вміти створювати медіабази / пресбази;
- ознайомитися з роботою спічрайтера, специфікою підготовки до виступів на брифінгах, пресконференціях та інших подіях, особливостями написання промов для представників організації;
- брати участь у наповненні корпоративного сайту організації, її офіційних акаунтів у соцмережах;
- долучатися до організації заходів та подій, пов'язаних із формуванням корпоративної культури співробітників;
- дотримуватися законодавчих норм, етичних, професійних стандартів та техніки безпеки впродовж усього періоду практики;
- створити 5 матеріалів:
  - 1) пресанонс про подію, яка відбудеться впродовж періоду практики (1);
  - 2) постреліз про важливу подію, яка відбулася під час практики (1);
  - 3) іміджевий матеріал з відомою особою, опублікований чи затверджений і підписаний керівником від бази практики (1);
  - 4) сценарій для проведення пресконференції, PR-акції або промоподії, затверджений і підписаний керівником від бази практики (1; див. додаток 7);
  - 5) контент-план ведення офіційної сторінки організації в соціальній мережі на тиждень, затверджений і підписаний керівником від бази практики (1).

## **2.4 Виробнича практика в інтернет-медіа**

Виробнича практика в інтернет-медіа ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» передбачена для здобувачів 4 року навчання (7 семестр). Вона спрямована на закріплення теоретичних знань специфіки роботи PR-фахівця та рекламника в інтернеті, опанування виготовлення контенту для онлайн-медіа, текстових та аудіовізуальних матеріалів для просування організації, розробки маркетингової онлайн-стратегії компанії чи підприємства, поширення матеріалів через соціальні мережі та інші мультимедійні платформи.

За час проходження виробничої практики в інтернет-медіа здобувач поглиблює наявні та має набути нових практичних умінь та навичок, серед яких такі:

- ознайомитися з особливостями структури, роботи мережевих медіа, фаховими вимогами до створення відповідного рекламного та PR-контенту;
- оволодіти практичними навичками підготовки рекламних та PR-матеріалів для онлайн-ЗМК;
- генерувати нові творчі ідеї для рекламного та PR-контенту відповідно до концепції медіа;
- працювати з різними типами джерел, порталами відкритих даних, соцмережами тощо;
- вміти моніторити та верифікувати необхідну інформацію в інтернет-медіа, здійснювати дослідження аудиторії та громадської думки з використанням доступних програм тощо;
- удосконалити навички створення контенту для різних медіаплатформ в інтернеті (онлайн-ЗМІ, соцмереж, сайтів комерційних, громадських і державних структур тощо) із застосуванням методики привернення уваги до матеріалу;
- створювати мультимедійний та кросмедійний рекламний продукт із використанням аудіо-, відеоматеріалів та інших мультимедійних елементів;
- набути навичок створення та промоції кросмедійного рекламного та PR-контенту для різної цільової аудиторії;
- дотримуватися етичних принципів та законодавчих норм роботи рекламника та фахівця зі зв'язків з громадськістю;
- створити та опублікувати 5 різножанрових / різноформатних авторських матеріалів, серед яких:
  - 1) конвергентний іміджевий медіатекст (1);
  - 2) рекламний відеоролик про медіа, що є базою практики (1);
  - 3) інформаційні або аналітичні публікації рекламного характеру (3).

## **2.5. Практика зі спеціальності (виробнича)**

Виробнича практика зі спеціальності передбачена навчальним планом ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» для здобувачів 4 року (8 семестр) навчання. Робота спрямовується на набуття практичного досвіду в різних медіа, рекламних чи PR-структурах (на вибір студента). Передбачено вдосконалити фахову майстерність, допомогти набути 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 здобувач вищої освіти 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).

### **3. ЗВІТУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Загальні вимоги до документів практики**

Практика завершується підготовкою документації практики та її захистом при комісії від кафедри. Звітні документи подаються для реєстрації на кафедрі в папці стандартних розмірів із підписаною титульною сторінкою (див. додаток 1).

Звітність про проходження практики включає:

- щоденник, заповнений здобувачем та підписаний керівниками практики від бази практики та університету (див. додаток 2);
- відгук керівника від бази практики про виконану студентом роботу;
- відгук керівника від університету;
- письмовий звіт здобувача-практиканта з власноручним підписом;
- авторські медіаматеріали (медіапродукти), відповідно до завдань практики.

#### **3.2. Вимоги до звіту**

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

- 1) назва організації або її структурного підрозділу зі зв'язків з громадськістю чи реклами/медіа, на базі яких проходила практика, місцезнаходження;
- 2) терміни проходження практики;
- 3) відділ та посада здобувача-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, сценаріїв, брифів тощо з підписом та печаткою керівника практики від підприємства);
- 7) участь здобувача (-ки) в роботі редакції (літучки, засідання, обговорення тощо);
- 8) участь здобувача (-ки) в професійних заходах (пресконференціях, брифінгах, круглих столах тощо);

- 9) труднощі, які виникали при проходженні практики;
- 10) співпраця з керівниками практики;
- 11) висновки та побажання щодо організації практики на майбутнє;
- 12) дата, ім'я та прізвище студента, підпис.

### **3.3. Щоденник практики**

Щоденник є основним документом, який свідчить про організацію практики студента в медіа (див. додаток 2). Його структурними компонентами є:

- 1) титульна сторінка (назва навчального закладу; вид і назва практики; прізвище, ім'я, по батькові студента; факультет, кафедра, освітній рівень, спеціальність, освітня програма, курс, група);
- 2) направлення на практику (найменування бази практики та терміни проходження, засвідчені підписами та печатками відповідальних осіб);
- 3) календарний графік проходження практики (назва робіт та конкретні терміни їх виконання, засвідчені керівниками практики від медіа та закладу вищої освіти);
- 4) робочі записи під час практики (заповнюються в довільній формі, деталізуються відомості про хід виконання завдань практики);
- 5) відгук і оцінка роботи студента на практиці (заповнюється керівником практики від медіа);
- 6) відгуки осіб, які перевірили проходження практики (заступник декана з навчальної роботи, завідувач кафедри, керівник відділу практик навчальної частини та ін.);
- 7) висновок керівника практики від закладу вищої освіти про проходження практики;
- 8) відомості про складання заліку / захисту практики (дата, диференційована оцінка, підпис керівника від закладу вищої освіти).

### **3.4. Вимоги до медіаматеріалів**

Згідно із завданнями кожної практики для здобувачів спеціальності «Журналістика» ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» передбачено створення власних оригінальних публікацій, відео, аудіоматеріалів, конвергентних медіатекстів, рекламних повідомлень різного типу тощо.

Ці матеріали повинні бути оприлюднені в медіа. До документації практики додаються скановані копії опублікованих медіатекстів чи рекламних

повідомлень, сценарії радіо-, відеопродуктів, пресконференцій та інших подій, контент-плани ведення соціальних мереж тощо. Рекламні постери різного типу повинні супроводжуватися рекламними брифами (див. додаток 6). Водночас ця ж документація та аудіо-, відеопродукти завантажуються на гугл-диск кафедри, на якому створено папку для кожного здобувача-практиканта. Вона реєструється на кафедрі впродовж трьох днів після завершення практики або протягом перших трьох днів семестру, який починається після літньої практики.

У випадку неможливості з певних причин публікації статей, рекламних матеріалів, студент подає на кафедру роздрукований текст чи рекламний постер, засвідчений підписом та печаткою керівника практики від медіа з формулюванням «Подано до друку» або зазначенням причини, через що матеріал не було оприлюднено.

Аудіо- та відеоматеріали, які не вийшли в етер, подаються у формі роздрукованого сценарію, засвідченого підписом та печаткою керівника практики від медіа з формулюванням «Подано в етер» (див. додаток 3) або зазначенням причини, через що матеріал не було оприлюднено.

## **4. ЗАХИСТ МАТЕРІАЛІВ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКИ**

### **4.1. Захист практики**

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

Здобувачам, 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.

### **4.2. Критерії оцінювання**

Загальна оцінка результатів проходження практики здійснюється з урахуванням виконання всіх завдань, передбачених програмою практики, відгуку й оцінки керівника практики від медіапідприємства, публічного захисту. Оцінювання результатів здійснюється за 100-бальною системою з урахуванням таких критеріїв:

- медіаматеріали (оригінальність контенту, актуальна тематика, новизна та фактологічне наповнення, візуалізація, грамотність, творче втілення концепції, ідейне новаторство) – 60 балів;
- звіт та щоденник (належне оформлення, наявність позитивного відгуку керівника практики від медіа (бази практики), наявність повної інформації щодо процесу організації та результатів проходження практики) – 10 балів;
- терміни здачі матеріалів практики (дотримання календарного плану проходження практики та вчасна реєстрація документів) – 10 балів;
- 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 балів;
- обсяг матеріалів (за умови перевищення кількості підготовлених та оприлюднених медіаматеріалів, що передбачені програмою практики) – 10 балів.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	Для заліку
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## ВИКОРИСТАНІ ТА РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ:

1. 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.
2. Кодекс етики українського журналіста. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 25.06.2024).
3. Консолідований Кодекс Міжнародної Торговельної Палати із практики реклами та маркетингових комунікацій. URL: <http://reklamspilka.in.ua/ukr/250/> (дата звернення: 12.03.2024).
4. Навчальні та виробничі практики студентів-медійників. Частина 1 (ОП «Журналістика»): навчально-методичний посібник / Укладачі: Ю.М. Бідзіля, Є.О. Соломін, О.В. Барчан, Г.І. Гецько. Ужгород, 2025. 36 с.
5. Навчальні та виробничі практики студентів-медійників. Частина 2 (ОП «Міжнародна журналістика»): навчально-методичний посібник / Укладачі: Ю.М. Бідзіля, Є.О. Соломін, О.В. Барчан, Г.І. Гецько. Ужгород, 2025. 37 с.
6. 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).
7. 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).
8. 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).
9. Посібник з журналістської етики / [Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Куш Л.]. Київ: Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с.
10. 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).
11. 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).
12. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XII. Відом. Верхов. Ради України. 1992. № 48. Ст. 650; В ред. Закону №3005 від 23.03.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 10.01.2024).

13. 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).
14. 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).
15. Про рекламу: Закон України. Відом. Верхов. Ради України. (ВВР). 1996. № 39, ст. 181. В ред. Закону №3498-IX від 22.11.2023. URL: <http://surl.li/pjti> (дата звернення: 10.01.2024).
16. 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).
17. Рекомендації журналістам щодо організації роботи на військових об'єктах та в районах бойових дій в умовах воєнного стану. URL: [rekomendacii\\_dlia\\_ZMI\\_new24.pdf](#) (mil.gov.ua) (дата звернення: 25.06.2024).

## **ДОДАТКИ**

*Додаток 1. Титульна сторінка (зразок)*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**Наталія ГОНЧАРЕНКО**

**МАТЕРІАЛИ ПРОХОДЖЕННЯ  
ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ (НАВЧАЛЬНОЇ)**

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»

Перший (бакалаврський рівень)

Рік навчання – 1, семестр – 2

Керівник практики від ДВНЗ

«Ужгородський національний університет»

д-р.наук із соц. комунікацій проф. Ю. БІДЗІЛЯ

Керівник від редакції газети «Погляд»

головний редактор В. ТАРАСЮК

Ужгород 2025

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

## ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

\_\_\_\_\_ (вид і назва практики)  
Студента \_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)  
Факультет, інститут \_\_\_\_\_ філологічний  
Кафедра \_\_\_\_\_ журналістики \_\_\_\_\_  
Освітній рівень \_\_\_\_\_ 06 журналістика  
Спеціальність \_\_\_\_\_ 061 журналістика  
Освітня програма \_\_\_\_\_ журналістика  
Курс, група \_\_\_\_\_

## НАПРАВЛЕННЯ НА ПРАКТИКУ

Студент \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

**прибув на базу практики**

\_\_\_\_\_  
(найменування бази практики)

\_\_\_\_\_

М. П. «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ року

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

**Вибув з бази практики**

\_\_\_\_\_  
(найменування бази практики)

\_\_\_\_\_

М. П. «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ року

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)











*Додаток 3. Сценарій рекламного відеосюжету (зразок)*

**Режисерський сценарій рекламного соціального відеоролика  
«Молодь Ужгорода обирає спорт» (див. відео за QR- кодом чи  
посиланням:**



**[https://www.youtube.com/watch?v=rKFdP5\\_EWCs&t=21s](https://www.youtube.com/watch?v=rKFdP5_EWCs&t=21s)**

**Мета:** мотивувати молоде покоління займатися спортом, демонструючи різні можливості розвитку свого тіла; стимулювати бажання до саморозвитку, виховання сили волі, боротьби зі внутрішніми проблемами.

**Локації:** стадіони м. Ужгорода «Авангард» та «Автомобіліст», спортивні майданчики дитячого центру «Падіюн», ЗОШ № 3, Ужгородської федерації боксу, набережна Незалежності та Київська набережна.

Весь відеоролик супроводжує звуковий запис «ESt Time to Breathe – Mantell».

№	План зйомки	Тривалість кадру	Зміст кадру	Місце	Звук/текст у кадрі	Трив. запису
1	крупний	00:03	Вставка «зворотній відлік» 3-2-1			
2	крупний	00:01.8	Дівчина: погляд у камеру, закриває очі.	Стадіон «Автомобіліст»		
3	крупний	00:01.8	Зйомка знизу. Дівчина. Початок бігу.	Стадіон «Автомобіліст»		
4	загальний	00:02.3	Хлопець-легкоатлет. Розминка.	Стадіон «Авангард»	Кожен ранок ми прокидаємося для того, щоб стати кращими!	00:03.6
5	загальний	00:01.3	Хлопці-боксери качають прес.	Ужгородська федерація боксу		
6	загальний	00:02.6	Хлопець-легкоатлет. Віджимання на кулаках.	Стадіон «Авангард»		
7	загальний - середній	00:01.4	Хлопець-баскетболіст кидає м'яч в кільце.	Стадіон ЗОШ № 3		
8	середній	00:01	Хлопець-воркаутер виконує вправу на перекладині.	Стадіон ЗОШ № 3		
9	середній	00:01.8	Стартова доріжка з номерами.	Стадіон «Авангард»		
10	загальний	00:0.7	Два хлопці-воркаутера	Стадіон ЗОШ № 3		

			виконують ефективний прийом.			
1 1	середній	00:0.9	Дівчина-боксер відпрацьовує удари на боксерській груші.	Ужгородська федерація боксу		
1 2	середній	00:01.7	Хлопець-баскетболіст виконує ефективні вправи з м'ячем та кидок.	Стадіон ЗОШ № 3		
1 3	загальний	00:01.4	Хлопець-легкоатлет розминка перед забігом.	Стадіон «Авангард»		
1 4	крупний	00:02.1	Пляшка з водою у фокусі на фоні. Дівчина в дефокусі виконує пробіжку.	Стадіон «Автомобіліст»	Ми живемо лише раз! І шлях до успіху в житті – це перемога над собою!	00:05.2
1 5	середній	00:01	Двоє хлопців боксерів відпрацьовують удари.	Ужгородська федерація боксу		
1 6	середній	00:0.6	Хлопець-легкоатлет біжить на швидкість.	Стадіон «Авангард»		
1 7	середній	00:01.7	Хлопець-стрітвор-каутер виконує стійку на руках.	Спортивний майданчик «Падіюну»		
1 8	середній	00:01.2	Хлопець-боксер виконує вправу «віджимання на кулаках».	Ужгородська федерація боксу		
1 9	загальний	00:01.5	Хлопець-баскетболіст підбігає та закидує м'яч у кільце.	Стадіон ЗОШ № 3		
2 0	середній	00:01.2	Хлопець-легкоатлет виконує вправу «присідання».	Стадіон «Авангард»		
2 1	крупний	00:0.9	Баскетболіст закидує м'яч у кільце.	Стадіон ЗОШ № 3		
2 2	середній-загальний	00:0.9	Хлопець-легкоатлет пробігає від камери.	Стадіон «Авангард»		
2 3	детальний	00:0.6	Хлопець-легкоатлет. Крупна зйомка. Погляд.	Стадіон «Автомобіліст»		

2 4	середній	00:0.8	Боксер відпрацьовує удари на боксерській групі.	Ужгородська федерація боксу		
2 5	середній	00:01.5	Легкоатлет проводить розминку верхньої частини тіла.	Стадіон «Автомобіліст»	Ми долаємо вершини! Ми терпимо біль! Ми змушуємо світ пульсувати в правильно му ритмі!	00:05.9
2 6	загальний	00:0.9	Баскетболіст виконує вправи з м'ячем.	Стадіон ЗОШ 3		
2 7	крупний	00:0.9	Боксер виконує вправу «бій з тінню». Удар направлено в камеру.	Ужгородська федерація боксу		
2 8	загальний	00:01.7	Легкоатлет стрибає на місці та починає бігти.	Стадіон «Авангард»		
2 9	дальній	00:0.6	Хлопець-стрітвор-каутер виконує стрибок та сальто.	Стадіон ЗОШ № 3		
3 0	середній	00:0.6	Легкоатлет пробігає повз.	Стадіон «Авангард»		
3 1	середній	00:02	Стрітворкаутер виконує вправи на брусах.	Спортивний майданчик		
3 2	крупний	00:0.8	Боксер відпрацьовує вправу «бій з тінню» на задньому плані кадру в боксерських рукавичках.	Ужгородська федерація боксу		
3 3	загальний	00:01.2	Падіюн хлопці стрітворкаутери виконують сальто.	Спортивний майданчик		
3 4	дальній	00:01.2	Легкоатлет. Пробіжка. Знято зі спини.	Стадіон «Авангард»		
3 5	середній	00:01.4	Хлопець-воркаутер виконує ходьбу на руках на брусах.	Спортивний майданчик		
3 6	дальній	00:01.7	Фрагмент зйомки з квадрокоптера. Порожній стадіон. Ефект віддалення.	Стадіон «Авангард»		

3 7	загальний	00:01	Хлопець-легкоатлет. Пробіжка.	Стадіон «Авангард»		
3 8	загальний	00:01	Хлопець-баскетболіст виконує вправу з м'ячем. Обхід перед кільцем.	Стадіон ЗОШ № 3		
3 9	крупний	00:01	Хлопець-скейтер виконує стрибок із бордюра на скейті.	Київська набережна	Головне не опускає руки!	00:02.5
4 0	середній	00:0.7	Хлопець-скейтер виконує трюк перевероту.	Закарпатський обласний драматичний театр		
4 1	крупний	00:0.6	Боксер виконує вправу «бій з тінню». Направлено в камеру.	Ужгородська федерація боксу		
4 2	крупний	00:0.8	Дівчина-легкоатлет поправляє кепку.	Стадіон «Автомобіліст»		
4 3	загальний	00:0.5	Воркаутер виконує вправу «підняття на біцепс».	Спортивний майданчик «Падіону»		
4 4	Крупний	00:01	Воркаутер виконує вправу «підняття на біцепс».	Спортивний майданчик «Падіону»		
4 5	крупний	00:0.7	Дівчина легкоатлет. Початок бігу. Знято знизу з фокусуванням на ноги атлета.	Стадіон «Автомобіліст»		
4 6	середній	00:01.8	Хлопець пробігає повз.	Набережна незалежності		
4 7	загальний	00:01	Боксер виконує вправу стрибки на скакалці.	Ужгородська федерація боксу	Наша сила в нашій голові	00:02.5
4 8	загальний	00:01.3	Легкоатлет проводить вправу віджимання на кулаках. Знято з нижнього ракурсу.	Стадіон «Авангард»		
4 9	середній	00:01.2	Хлопець-стріт-воркаутер виконує вправу на перекладині,	Стадіон ЗОШ № 3		

			підйом на 2-ох руках.			
50	дальній	00:01.6	Хлопець-стріт-воркаутер виконує вправу стрибок та сальто.	Стадіон ЗОШ № 3		
51	крупний	00:0.7	Дівчина-легкоатлет витирає піт після пробіжки, перехід на кадр швидкий біг.	Стадіон «Автомобіліст»		
52	крупний	00:0.7	Дівчина-легкоатлет починає біг. Знято з нижньої точки. Фокусування на спортивному взутті.	Стадіон «Автомобіліст»		
53	загальний	00:02	Дівчина-кікбоксер виконує вправу «удари ногами».	Ужгородська федерація боксу		
54	загальний	00:01	Стрітворкаутер виконує вправу «підйом штанги на груди».	Спортивний майданчик «Падіюну»		
55	детальний	00:01.4	Дівчина-легкоатлет п'є воду, краплі води на контрольному світлі.	Стадіон «Автомобіліст»		
56	крупний	00:01.4	Хлопець-воркаутер виконує вправу на перекладині.	Стадіон ЗОШ № 3		
57	загальний	00:01.4	Дівчина-кікбоксер виконує вправу «удари ногами».	Ужгородська федерація боксу		
58	загальний	00:01.2	Дівчина-легкоатлет. Пробіжка.	Стадіон «Автомобіліст»		
59	середній	00:01.4	Двоє боксерів відпрацьовують удари один з одним.	Ужгородська федерація боксу		
60	середній	00:02.4	Дівчина-легкоатлет підкочує рукава спортивної куртки, в кінці кадру погляд вперед. Ефект наближення.	Стадіон «Автомобіліст»	Ми ніколи не відступаємо від своїх цілей	00:02.8

6 1	загальний	00:02	Нижня точка зйомки. Легкоатлет — легкий біг.	Стадіон «Авангард»		
6 2	середній	00:01.6	Баскетболіст. М'яч не потрапляє в кільце.	Стадіон ЗОШ № 3		
6 3	загальний	00:03.6	Стрітворкаутер виконує вправу на перекладині з перебиранням ніг.	Спортивний майданчик «Падіону»		
6 4	середній	00:03.2	Двоє хлопців-бігунів пробігають повз камеру. Контрове світло.	Набережна Незалежності		
6 5	середній	00:02.5	Хлопець-стрітвор-каутер виконує вправу «підтягування».	Спортивний майданчик «Падіону»	Спорт – наш друг! Наше спасіння в цьому хаосі життя!	00:04.3
6 6	загальний	00:03.5	Баскетболіст виконує вправи «накидання мячем» та кидок.	Стадіон ЗОШ № 3		
6 7	середній	00:02.6	Двоє хлопців боксерів відпрацьовують удари один з одним.	Ужгородська федерація боксу		
6 8	загальний	00:01.2	Хлопець легкоатлет — розминка.	Стадіон «Авангард»		
6 9	загальний	00:01.2	Стрітворкаутер виконує вправу «прапорець».	Спортивний майданчик «Падіону»		
7 0	крупний	00:01.7	Хлопці-скейтери стрибають зі скейтбордом.	Київська набережна		
7 1	загальний	00:02	Хлопець-стрітвор-каутер виконує вправу «перевертання колеса».	Спортивний майданчик «Падіону»		
7 2	середній	00:0.9	Дівчина-легкоатлет розпочинає біг.	Стадіон «Автомобіліст»		
7 3	дальній	00:01.3	Хлопець-боксер відпрацьовує вправу «бій з тінню» позаду боксерських рукавичок.	Ужгородська федерація боксу		

			Перехід фокусу на боксера.			
7 4	середній	00:01.5	Легкоатлет виконує вправу «випади».	Стадіон «Авангард»		
7 5	дальній	00:01.6	Баскетболіст підбігає, стрибає до кільця та кидає м'яч.	Стадіон ЗОШ № 3		
7 6	крупний-загальний	00:02.3	Хлопець легкоатлет. Зйомка з нижньої точки позаду з акцентом на взутті атлета, розпочинає біг від камери.	Стадіон «Авангард»		
7 7	загальний	00:01.9	Баскетболіст виконує кидок м'яча в кільце.	Стадіон ЗОШ № 3	Вір у себе! Працюй над собою! Тоді ти доб'єшся всього!	00:04.3
7 8	детальний	00:02	Пляшка з водою у фокусі, підбігає дівчина-легкоатлет та бере її в руку.	Стадіон «Автомобіліст»		
7 9	детальний план	00:03	Дівчина-легкоатлет. Зйомка надпису на кепці дівчини "The Game Is ON" (Гра розпочалась). Переведення кадру на очі. Дівчина відкриває очі.	Стадіон «Автомобіліст»		
8 0	Загальний план	00:05.5	На екрані чотири епізоди спортсменів, З'являється надпис «Молодь Ужгорода обирає спорт!»	-	Молодь Ужгорода обирає спорт!	00:02.4

*Автор: Людмила Дітріх (для дипломного проекту у формі творчої роботи)*

**Додаток 4. Договір з організацією – базою практики (зразок)**

**ДОГОВІР № \_\_\_\_\_**

**про проведення практики студентів факультету**

\_\_\_\_\_

**Державного вищого навчального закладу**

**«Ужгородський національний університет»**

Місто Ужгород \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

« \_\_\_\_\_ »

Ми, що нижче підписалися, з однієї сторони, факультет \_\_\_\_\_ Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет» в особі декана факультету \_\_\_\_\_ що діє на підставі Положення про факультет Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет», і, з другої сторони

\_\_\_\_\_

(назва підприємства, організації, установи)

(надалі – База практики) в особі \_\_\_\_\_, діючого на підставі \_\_\_\_\_  
(посада, прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (далі – сторони), уклали між собою договір:

(статут підприємства, розпорядження, доручення)

**1. База практики зобов'язується:**

1.1. Прийняти студентів (список додається у направленні) на проходження практики згідно з графіком навчального процесу:

№ з/п	Напрямок підготовки/ спеціальність  спеціальність	Курс	Вид практики	Кількість студентів	Термін практики (початок - кінець)

1.2. Призначити наказом кваліфікованих фахівців для керівництва практикою.

1.3. Створити належні умови для виконання студентами програми практики, не допускати їх використання до виконання робіт, що не відповідають програмі практики та майбутньому фаху.

1.4. Забезпечити студентам умови безпечної праці на конкретному робочому місці. Проводити обов'язкові інструктажі з охорони праці: вступний та на робочому місці. У разі потреби навчати студентів-практикантів безпечних методів праці.

1.5. Надати студентам можливість користуватися матеріально-технічними засобами та інформаційними ресурсами, необхідними для виконання програми практики.

1.6. Забезпечити облік виходів на роботу студентів-практикантів. Про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти вищий навчальний заклад.

1.7. Після закінчення практики надати характеристику на кожного студента-практиканта, в котрій відобразити виконання програми практики, якість підготовленого ним звіту тощо.

1.8. Надавати студентам можливість збору усієї необхідної інформації для написання курсових та дипломних робіт (проектів) за результатами діяльності підприємства, що відповідають програмі практики і не становлять комерційної таємниці.

## **2. Вищий навчальний заклад зобов'язується:**

2.1. До початку практики надати Базі практики для погодження витяг з робочої програми практики, а не пізніше ніж за тиждень – список студентів, яких направляють на практику.

2.2. Призначити керівниками практики кваліфікованих викладачів.

2.3. Забезпечити дотримання студентами трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку. Брати участь у розслідуванні комісією Базі практики нещасних випадків, якщо вони сталися зі студентами під час проходження практики.

2.4. Не розголошувати використану студентами інформацію про діяльність Базі практики.

## **3. Відповідальність сторін за невиконання договору:**

3.1. Сторони відповідають за невиконання покладених на них обов'язків щодо організації і проведення практики згідно із законодавством про працю в Україні.

3.2. Усі суперечки, що виникають між сторонами за договором, вирішуються у встановленому порядку.

3.3. Договір набуває сили після його підписання сторонами і діє до кінця практики згідно з календарним планом.

3.4. Договір складено у двох примірниках: один для Базі практики, один для Університету без будь-яких фінансових зобов'язань сторін.

## **Юридичні адреси та підписи сторін**

**Державний вищий навчальний заклад**

**База практики**

**«Ужгородський національний університет»**

**Адреса:**

**Адреса: 88000, м. Ужгород, вул. Підгірна, 46**

\_\_\_\_\_  
(підпис) (посада, прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

**М.П «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.**

**М.П «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.**

*Додаток 5. Відношення (зразок)*

Декану філологічного факультету  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
професорові БІДЗІЛІ Юрію

керівника організації \_\_\_\_\_  
(повна назва бази практики)

\_\_\_\_\_ (посада, прізвище, ім'я)

\_\_\_\_\_ (адреса)

e-mail \_\_\_\_\_, сайт \_\_\_\_\_

тел.: \_\_\_\_\_

**ВІДНОШЕННЯ**

\_\_\_\_\_ (повна назва організації / бази практики)

не заперечує проти проходження \_\_\_\_\_  
(назва практики)

здобувачем вищої освіти \_\_\_\_\_ курсу \_\_\_\_\_ форми навчання  
(номер курсу) (денної / заочної)

\_\_\_\_\_ факультету спеціальності \_\_\_\_\_  
(назва факультету) (назва спеціальності)

спеціалізації \_\_\_\_\_  
(назва спеціалізації)

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, ім'я по батькові практиканта)

Термін проходження практики з \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

Керівник організації \_\_\_\_\_  
(підпис, печатка установи) (ім'я, прізвище)

**БРИФ НА ВИГОТОВЛЕННЯ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА**

<p>Назва компанії та продукту / послуги (описати цілі рекламної кампанії, з'ясувати, що рекламується: сам бренд / компанія чи конкретний її продукт / послуга)</p>	
<p>Слоган і його наявність (з'ясувати, який слоган використовується організацією, чи потрібен він у рекламному ролику)</p>	
<p>Унікальність рекламованого продукту чи послуги</p>	
<p>Тип рекламного ролика (іміджевий, вірусний, презентаційний)</p>	
<p>Хронометраж ролика</p>	
<p>Завдання (що прагне отримати замовник після того, як глядачі побачать відеоролик: популярність у медіа, зростання продажів, вихід на новий ринок, впровадження нового продукту/послуги, формування певної громадської думки тощо)</p>	
<p>Цільова аудиторія</p>	
<p>Основні конкуренти</p>	
<p>Коментар (побажання замовника)</p>	
<p>Референс (позначення на приклад рекламного ролика (стиль відео, освітлення і т. д.), який подобається замовнику)</p>	

## План проведення пресконференції

### I. Підготовка до пресконференції

1. Детальна розробка інформаційного приводу, при необхідності – його створення.
2. Визначення кола зацікавлених у темі ЗМІ та журналістів.
3. Розробка концепції, сценарію, програми заходу.

Кращими днями для проведення пресконференцій є вівторок, середа та четвер; час – період з 12:00 до 16:00 годин.

#### Приклад

				програми:
15:30	–	Прибуття	учасників,	реєстрація.
15:45			–	Виступ.
16:15	–	Питання	та	відповіді.
16:30			–	Фуршет.

4. Підготовка та розсилка пресанонсу в ЗМІ.
5. Розробка та наповнення *прескіту*, до якого можуть входити: пресреліз, інформація про офіційних осіб, які будуть виступати, тексти виступів, проголошених на пресконференції, буклети або брошури про діяльність організації, копії попередніх статей про організацію, фотографії, візитна картка співробітника організації, що відповідає за зв'язки з громадськістю та пресою, прикрашені символікою організації корисні сувеніри: блокнот, ручка, календар, наліпки і т. д.
6. Вибір приміщення.
7. Підготовка залу. На столі президії повинні знаходитись мікрофони, склянки, мінеральна вода, таблички виступаючих з П.І.Б з обох сторін, папір та ручки для запису.
8. Оформлення залу. За президією краще повісити логотип організації, розміром не менше 60x80 см.

### II. Проведення пресконференції

1. Збір журналістів (на вході в будівлю повинно бути оголошення про проведення пресконференції; на шляху між вхідними дверима та місцем проведення слід повісити вказівки «Пресконференція»).
2. Зустріч, реєстрація журналістів та видача прескіту.
3. Відкриття пресконференції та вступне слово ведучого (5-10 хв).
4. Представлення учасників пресконференції. У президії 3-5 осіб.
5. Виступ основних учасників (кожен виступ не довше 10-15 хв).
6. Питання та відповіді журналістів (10 хв).

7. Заключне слово ведучого та закриття пресконференції (5 хв).
8. За можливості, організувати фуршет, на якому учасники пресконференції та журналісти змогли б продовжити неформальну бесіду.

### **III. Відстеження результатів проведення пресконференції та складання звіту.**

1. Збір та аналіз матеріалів, що вийшли у ЗМІ після проведення пресконференції. Це необхідно як для визначення ступеня ефективності заходу, так і для формування планів на майбутнє.

## Структурні елементи плану PR-кампанії

№	Структурні елементи плану	Характеристика
1.	Довідка про об'єкт	У загальному описуються основні характеристики об'єкту піар-кампанії: інформація про заснування організації, форма та тип власності, структура, спектр послуг, види діяльності, традиції та особливості співпраці з іншими структурами тощо. Вказуються усі позитивні надбання в різних сферах та на різних рівнях.
2.	Аналіз ситуації	Подається опис проблемних моментів у роботі організації, зокрема питання організаційного та фінансового характеру; моніторинг та оцінка наявного медійного іміджу.
3.	SWOT-аналіз	Проводиться оцінка сильних, слабких сторін об'єкта піару (організації, особи, продукту, бренду тощо), можливостей для розвитку, потенціал для позитивного іміджу. Виявляються ймовірні загрози проведення піар-кампанії, враховуються фактори внутрішнього й зовнішнього середовища організації.
4.	Формулювання цілей та завдань кампанії	Формулювання цілей відбувається на основі аналізу основних проблем. Після цього формулюються основні завдання, які в загальному відображають спрямування дій піар-спеціалістів.
5.	Аналіз стейкхолдерів	Формується загальний список стейкхолдерів, з яких обираються ті, хто в цій PR-кампанії буде цільовою групою (-ами). На основі цього складаються загальні характеристики цих груп за різними критеріями.
6.	Аналіз ЗМІ (ЗМК)	На основі створеної медіабази обираються ті медіа, які пріоритетні для піар-кампанії.
7.	Стратегія і тактика кампанії	Формується детальний календарний план проведення різних PR-заходів, де враховано конкретні завдання та інструменти їх виконання, терміни здійснення, вартість та відповідальні особи.

УДК 070(076):659.1+659.4

Н-15

## *Навчально-методичне видання*

Укладачі:

**БІДЗІЛЯ Юрій Михайлович** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан філологічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

**СОЛОМІН Євген Олександрович** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

**БАРЧАН Олеся Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

**ГЕЦКО Ганна Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

## **НАВЧАЛЬНІ ТА ВИРОБНИЧІ ПРАКТИКИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ-МЕДІЙНИКІВ ЧАСТИНА 3 (ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю»)**

**Навчальні та виробничі практики для 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.Гецко. Ужгород, 2025. 43 с.**