

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД „ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА”

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
„ЖУРНАЛІСТИКА
(ЗІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ РЕКЛАМА)”

другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 „Журналістика (зі спеціалізацією Реклама)”
галузі знань 06 „Журналістика”
Кваліфікація: магістр журналістики, рекламіст, викладач закладів вищої освіти
Форма навчання: денна

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

УНІВЕРСИТЕТУ

Голова вченої ради

В. С. Курило

(протокол №14 від 27 червня 2017 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2017 р.

Ректор

С. В. Савченко

(наказ № 108-ЗД від 01 вересня 2017 р.)

Старобільськ – 2017

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
„ЖУРНАЛІСТИКА
(ЗІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ РЕКЛАМА)”

другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 „Журналістика (зі спеціалізацією Реклама)”
галузі знань 06 „Журналістика”
Кваліфікація: магістр журналістики, рекламіст, викладач закладів вищої освіти
Форма навчання: денна

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи
ДЗ „Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка”

_____ Д. В. Ужченко
”_____” _____ 2017 р.

В. о. завідувача навчального відділу

_____ В. В. Леснова
”_____” _____ 2017 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою (навчально-методичною комісією зі спеціальності 061 „Журналістика”) у складі:

1. Галич Артем Олександрович, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики та видавничої справи ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”;

2. Ульянова Катерина Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та видавничої справи ДЗ “Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”;

3. Корчагіна Оксана Володимирівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та видавничої справи ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (за наявності):

- 1.
- 2.
- 3.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061 „Журналістика (зі спеціалізацією Реклама)”

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний заклад „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”, факультет української філології та соціальних комунікацій
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр журналістики, рекламист, викладач закладів вищої освіти
Офіційна назва освітньої програми	Журналістика (зі спеціалізацією Реклама)
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1.5 роки
Наявність акредитації	- Акредитаційна комісія України; - Україна; - Сертифікат про акредитацію (серія НД-IV №1375169 до 1 липня 2024 р.)
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 1 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2. Мета освітньої програми	
Формування загальних та фахових компетентностей магістра для успішного здійснення професійної діяльності у галузі реклами.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>06 „Журналістика”, 061 „Журналістика (зі спеціалізацією Реклама)”</p> <p>Об’єкти вивчення: методологія досліджень рекламної комунікації у різних її виявах і видах, що залежить від форм, технологій та сфер використання, мети й завдань; інновації у професійній діяльності рекламиста; історія комунікаційної науки й теорії рекламної комунікації.</p> <p>Метою навчання є сформувати здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми у галузі рекламної комунікації, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій у професійній діяльності та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Теоретичний зміст предметної сфери навчання охоплює загальні знання про проблеми у сфері професійної діяльності та їх вирішення за допомогою наукових досліджень і запровадження</p>

	інновацій; про методи й засоби організації досліджень, технології розробок інноваційних підходів у професійній сфері. Методи, методика та технології: загальнонаукові методи пізнання, обробки та інтеграції теорії і практики науково-виробничої діяльності в рекламі та масовій комунікації.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма магістра. Наукова орієнтація – дослідження у галузі реклами та масової комунікації. Професійна орієнтація – діяльність у галузі рекламної комунікації.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Підготовка універсального фахівця галузі реклами та масової комунікації.
Особливості програми	–
4. Придатність випускників працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2451.2 Редактор мультимедійних видань засобів масової інформації 2451.2 Редактор технічний 2451.2 Редактор художній 2451.2 Член головної редакції 2451.2 Член колегії (редакційної) 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 3471 Дизайнер-виконавець графічних робіт 3471 Дизайнер-виконавець мультимедійних об'єктів
Подальше навчання	За освітніми програмами третього рівня вищої освіти галузі знань 06 „Журналістика”
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, контекстне навчання, самонавчання. Компетентнісний підхід, діяльнісний підхід.
Оцінювання	Екзамени, заліки та диференційовані заліки, написання есе, презентації, захисти звітів з науково-педагогічної та переддипломної практик. Державна атестація магістрів проводиться на основі захисту магістерської роботи та складання державного екзамену зі спеціалізації.
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	ІК1. Здатність розв'язувати складні завдання та проблеми у професійної діяльності рекламиста або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК2. Здатність планувати час та управляти ним. ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК4. Здатність використовувати іноземні мови в популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи. ЗК5. Вміння виявляти та вирішувати проблеми. ЗК6. Здатність ухвалювати обґрунтовані рішення. ЗК7. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК9. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з рекламної комунікації, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень в інноваційній діяльності та/або дослідницькій роботі. ФК2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей. ФК3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог. ФК4. Здатність проводити дослідницьку та/або інноваційну діяльність у галузі рекламної комунікації. ФК5. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються. ФК6. Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування. ФК7. Здатність показувати свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди. ФК8. Здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької та/або інноваційної діяльності.
7. Програмні результати навчання	
Знання (ЗН)	ЗН1. Знання іноземних мов та вміння використовувати їх у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи. ЗН2. Знання технік планування часу на проведення досліджень чи розробку інформаційного продукту. ЗН3. Спеціалізовані концептуальні новітні знання з рекламної комунікації для планування наукової роботи чи розробки інноваційного інформаційного продукту.
Уміння (УМ)	УМ1. Уміння аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності УМ2. Уміння передбачати поведінку аудиторії на новий інформаційний продукт чи нову інформаційну акцію УМ3. Уміння планувати дослідження у галузі рекламної комунікації на замовлення УМ4. Уміння писати рецензію на наукову статтю та/або інноваційний проект. УМ5. Уміння робити висновки про результативність досліджень.

	<p>УМ6. Уміння виявляти проблемні питання в діяльності сучасних рекламних організацій.</p> <p>УМ7. Уміння знаходити замовників на проведення дослідження чи розробку інноваційних проектів.</p> <p>УМ8. Уміння оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.</p> <p>УМ9. Уміння здійснювати пошук необхідних знань для планування й проведення наукової роботи.</p> <p>УМ10. Уміння писати наукову статтю за результатами дослідження.</p>
Комунікація (КОМ)	<p>КОМ 1. Здатність до організації колективної діяльності, реалізації комплексних наукових і виробничих проектів з врахуванням наявних ресурсів та часових обмежень.</p> <p>КОМ 2. Уміння спілкуватися іноземною мовою в науковій, виробничій та соціально-суспільній сферах діяльності.</p> <p>КОМ 3. Уміння презентувати професійні знання та власні висновки фахівцям і широкому загалу.</p> <p>КОМ 4. Уміння надавати консультації з питань інноваційних технологій у рекламі.</p>
Автономія і відповідальність (АіВ)	<p>АіВ 1. Знання принципів управління персоналом та ресурсами, основних підходів до прийняття рішень.</p> <p>АіВ 2. Здатність вчитися упродовж життя та вдосконалювати з високим рівнем автономності здобуті під час навчання компетентності.</p> <p>АіВ 3. Здатність створювати рівноправне та справедливе виробниче середовище, що сприяє об'єднанню всіх учасників процесу.</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучається не менше 50% науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та/або вченими званнями. Науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних класів, проекційної техніки, спеціалізованих лабораторій, стендів, наочних посібників. Використання сучасних прикладних програм: Adobe Premiere, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання віртуального навчального середовища ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка” та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах у межах України.
Міжнародна кредитна мобільність	
Навчання іноземних здобувачів вищої	Можливе.

освіти	
--------	--

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК1	Логіка та методологія наукового пізнання	5.0	ЕКЗ*
ОК2	Педагогіка і психологія вищої школи	5.0	ЗАЛ
ОК3	Історія науки про рекламу	5.0	ЕКЗ
ОК4	Теорія та історія соціальних комунікацій (наукова спеціалізація)	5.0	ЕКЗ
ОК5	Виконання магістерської роботи	30.0	ДР
ОК6	Екзамен зі спеціалізації (Історія науки про рекламу, Теорія та історія соціальних комунікацій (наукова спеціалізація))	1.5	ПА
ОК7	Захист магістерської роботи	1.5	ПА
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		53	
Практична підготовка			
ПП1	Науково-педагогічна практика (виробнича)	3.0	диф. ЗАЛ
ПП2	Переддипломна практика (виробнича)	9.0	диф. ЗАЛ
Загальний обсяг практичної підготовки:		12.0	
Вибіркові компоненти ОП			
<i>Вибірковий блок 1</i>			
ВБ1.1.	Дисципліна 1. Основи соціальної комунікації та оптимізація міжнародних наукових досліджень/ Право інтелектуальної власності та державне регулювання трансферу технологій	5.0	ЗАЛ
<i>Вибірковий блок 2</i>			
ВБ2.1.	Міжкультурна комунікація та інформаційні впливи/Інформаційна безпека в рекламній діяльності	5.0	ЕКЗ
ВБ2.2.	Прикладні соціально-комунікаційні технології/Теорія сприйняття та розуміння тексту	5.0	ЕКЗ
ВБ2.3.	ВТЛ-реклама/Інтернет-реклама	5.0	ЗАЛ
ВБ2.4.	Семантика і семіотика реклами/Медіа конвергентність	5.0	ЕКЗ
Загальний обсяг вибірових компонент:		25.0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90.0	

*ЕКЗ – екзамен

ЗАЛ – залік

диф. ЗАЛ – диференційований залік

ДР – дипломна робота

ПА – підсумкова атестація

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Семестр	Освітні компоненти
---------	--------------------

1	Логіка та методологія наукового пізнання Педагогіка і психологія вищої школи Історія науки про рекламу Теорія та історія соціальних комунікацій (наукова спеціалізація) Міжкультурна комунікація та Інформаційні впливи/Інформаційна безпека в рекламній діяльності VTL-реклама/Інтернет-реклама
2	Дисципліна 1. Основи соціальної комунікації та оптимізація міжнародних наукових досліджень/ Право інтелектуальної власності та державне регулювання трансферу технологій Прикладні соціально-комунікаційні технології/Теорія спийняття та розуміння тексту Семантика і семіотика реклами/ Медіа конвергентність Науково-педагогічна практика Виконання магістерської роботи
3	Переддипломна практика Виконання магістерської роботи Іспит: Екзамен зі спеціалізації (Історія науки про рекламу, Теорія та історія соціальних комунікацій (наукова спеціалізація)). Захист магістерської роботи

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 061 „Журналістика (зі спеціалізацією Реклама)” проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи та складання державного екзамену та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр журналістики, рекламист, викладач закладів вищої освіти. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ПП1	ПП2	ВБ1.1	ВБ2.1	ВБ2.2	ВБ2.3	ВБ2.3
ПК1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК2	+				+			+	+					
ЗК3					+	+	+	+	+					
ЗК4	+							+						
ЗК5	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК6	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК7	+	+			+	+	+	+	+					
ЗК8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК9	+		+	+	+			+	+		+	+	+	+
ФК1			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ФК2			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ФК3			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ФК4			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ФК5			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ФК6			+	+	+	+	+				+	+	+	+
ФК7			+	+	+	+	+				+	+	+	+
ФК8			+	+	+	+	+				+	+	+	+

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

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	ПП1	ПП2	ВБ1.1	ВБ2.1	ВБ2.2	ВБ2.3	ВБ2.4
ЗН1	+		+	+	+				+					
ЗН2	+		+	+	+				+			+	+	+
ЗН3	+		+	+	+				+			+	+	+
УМ1			+	+										
УМ2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
УМ3			+	+					+					
УМ4	+		+	+					+					
УМ5	+		+	+	+			+	+					
УМ6											+	+	+	+
УМ7											+	+	+	+
УМ8			+	+						+	+	+	+	+
УМ9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
УМ10	+				+				+					
КОМ1		+				+	+				+	+	+	
КОМ2		+				+	+				+	+	+	
КОМ3		+				+	+				+	+	+	
КОМ4		+				+	+				+	+	+	
АіВ1	+	+			+	+	+	+	+		+			
АіВ2	+	+			+	+	+	+	+		+			
АіВ3	+	+			+	+	+	+	+		+			