

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова

**С. В. ГУЗЕНКО
Н. Г. КЛИМЕНКО**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИК
ДЛЯ СТУДЕНТІВ
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 061 ЖУРНАЛІСТИКА**

Миколаїв

2024

УДК 070(076)
Г93

Рекомендовано до друку рішенням Навчально-методичної ради Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова (Протокол № 1 від 21.02.2024 р.).

Рецензенти: Філатова О. С., д-р філол. наук, професор, завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова;
Гаврилова Я. Л., канд. наук із соц. комунікацій, ст. викладач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова.

Гузенко С. В.

Г 93 Методичні рекомендації щодо проходження практик для студентів спеціальності 061 Журналістика / С. В. Гузенко, Н. Г. Клименко. – Миколаїв : НУК, 2024. – 40 с.

У методичних рекомендаціях представлено матеріали для підготовки до навчальної, виробничої та переддипломної практики. Видання буде корисно студентам вищих навчальних закладів, хто навчається за спеціальністю «Журналістика (реклама і зв'язки з громадськістю)».

УДК 070(076)

© Гузенко С. В., Клименко Н. Г., 2024
© НУК імені адмірала Макарова, 2024

ЗМІСТ

Вступ	4
Мета та завдання практики.	6
Організація практики.	8
Завдання і рекомендації до проходження навчальної практики.	11
Завдання і рекомендації до проходження виробничої практики	15
Завдання і рекомендації до проходження переддипломної практики	23
Вимоги до звіту з практики	28
Критерії оцінювання.	30
Підбиття підсумків практики	32
Рекомендовані джерела інформації.	34
Додатки	35

ВСТУП

Практика студентів спеціальності спеціальності 061 «Журналістика» (ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю») Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова є обов'язковим складником підготовки фахівців з вищою освітою. Метою практики є формування у здобувачів вищої освіти професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретного виробництва, оволодіння сучасними методами, формами організації праці, знаряддями праці в галузі їх майбутньої спеціальності. Для забезпечення практичної підготовки студентів університет встановлює форми і методи співробітництва з організаціями, підприємствами, установами тощо, які здатні створити умови для реалізації програми практики студентів.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

За час навчання у ВНЗ студенти зобов'язані пройти три види практики: навчальну, виробничу і переддипломну. Практика здобувачів вищої освіти передбачає безперервність і послідовність її проведення при одержанні необхідних результатів навчання та набуття компетентностей відповідно до різних рівнів вищої освіти. Кожний з видів практики містить великі потенційні можливості для професійного самовизначення фахівця. Усі види практики тісно взаємозв'язані, здійснюються в певній системі та послідовності і спрямовані на формування кваліфікованого фахівця. Поетапна організація практики включає 3 етапи:

- I етап – навчальна практика (4 семестр);
- II етап – виробнича практика (6 семестр);
- III етап – переддипломна практика (8 семестр).

Згідно із такою системою діяльність студентів поступово ускладнюється від курсу до курсу залежно від мети і завдань навчання на кожному етапі професійного формування, ступеня теоретичної підготовки, а також самостійності майбутніх журналістів у процесі творчої діяльності, рівня загального розвитку й індивідуальних можливостей.

Навчальна практика передбачає ознайомлення здобувачів вищої освіти з особливостями обраного фаху, поглиблення знань та формування первинних загально-професійних та спеціальних умінь. Вона тісно пов'язана зі змістом теоретичних дисциплін, залучає студентів до активної взаємодії з журналістами-професіоналами, дає їм змогу не тільки глибше засвоїти знання, а й перевірити свої вміння.

Виробнича практика спрямована на закріплення та поглиблення знань отриманих здобувачами вищої освіти в процесі вивчення певного циклу навчальних дисциплін формування практичних умінь із спеціальності. Студенти вже здатні оцінювати журналістську творчість та рекламну діяльність, аналізувати ті явища, які відбуваються у системі засобів масової комунікації, бо

одержали основні теоретичні знання. Комплексні завдання, що становлять зміст цієї практики, орієнтують на створення не менше двох власних матеріалів.

Переддипломна практика студентів є завершальним етапом навчання, що проводиться на випускному курсі з метою поглиблення, узагальнення й удосконалення набутих ними знань, оволодіння професійним досвідом, компетенціями та їхньої готовності до самостійної трудової діяльності. Під час цієї практики здобувач вищої освіти здійснює збір фактичних матеріалів для виконання дипломного проекту (роботи).

Проходження усіх видів практик є обов'язковим нарівні з проходженням теоретичних дисциплін навчального плану.

Програми кожного виду практик розроблені відповідно до завдань послідовного підвищення професійного рівня підготовки спеціалістів галузі соціальних комунікацій. Вони регламентують діяльність студентів-практикантів, в той же час залишаючи можливість для творчого виконання студентами завдань з урахуванням конкретних умов практики. Особливе значення надається поєднанню практичної діяльності студента з виконанням запиту тієї організації, установи, де проводиться практика.

Мета практики – оволодіння сучасними методами, формами організації та знаряддям праці в інформаційній сфері, формування професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час проходження практики, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати на практиці.

В процесі практики розв'язуються наступні **завдання**:

- поглиблення і синтезування знань з теорії журналістики, теорії масової комунікації;
- поглиблення вмінь і навичок спостерігати й аналізувати журналістську, рекламну діяльність або роботу у сфері PR;
- набуття навичок і вміння планувати, аналізувати і організовувати власну журналістську, рекламну діяльність або роботу у сфері PR;

- вибір спеціалізації – журналістика (з урахуванням тематичних напрямів), реклама чи робота у напрямі зв'язків із громадськістю.

У процесі навчання в університеті студенти повинні не лише отримати глибокі знання з фаху, але й навчитися працювати в конкретній установі, з конкретними людьми.

Якщо практика – важливий елемент підготовки будь-якого фахівця, то для майбутнього працівника медійної галузі вона, через творчу специфіку цієї професії, має особливе значення. Безперечно, навички редакційної роботи з'являються у майбутніх журналістів ще в університеті. Цьому сприяють практичні заняття з профільних дисциплін, участь студентів у підготовці та випуску навчальної газети, співробітництво у газетах, Інтернет-ЗМІ (в якості позаштатних кореспондентів). Проте, лише під час проходження практики студент потрапляє в умови, максимально наближені до тих, у яких йому згодом доведеться працювати. Під безпосереднім керівництвом досвідчених працівників редакції, під контролем викладачів кафедри, студенти за час проходження практики роблять свої перші кроки як спеціалісти у галузі соціальних комунікацій.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАКТИКИ

БАЗА ПРАКТИКИ

База практики створює умови для повноцінного практичного навчання студентів. Практика проводиться на базах, з якими укладений договір в установленому порядку між ВНЗ і організацією. Проте, студентам усіх курсів дається можливість й самостійного вибору бази для проходження практики: базою практики може стати та організація, яку запропонує студент, погодивши її з керівником практики від інституту.

Усі види практик можуть проводитися на телевізійних каналах, радіостанціях, в газетах, журналах, рекламних агенціях, електронних засобах масової інформації, прес-службах підприємств та організацій, відділах корпоративної інформації. В окремих випадках практика може проводитися на базі навчального закладу, у Центрі зв'язків із громадськістю НУК ім. адм. Макарова.

Керівниками практики від організації призначаються найбільш кваліфіковані працівники, які мають необхідний досвід роботи.

За 2 тижні до початку практики студенти розподіляються по конкретних об'єктах (організаціях, підприємствах, установах). Спільно з керівництвом організації і керівником практики визначається вид діяльності студента і відповідно конкретизується зміст практики, уточнюються терміни і оформляється направлення на практику (по запиті організації).

ПРАВА І ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН

Викладач-керівник практики від кафедри:

- розробляє тематику індивідуальних завдань, враховуючи теми науково-дослідних, курсових і дипломних робіт (проектів);
- узгоджує з керівником практики від організації, підприємства, установи тощо індивідуальні завдання з урахуванням особливостей місця практики;
- бере участь у розподілі здобувачів вищої освіти за місцями практики;

- контролює своєчасне прибуття здобувачів вищої освіти до місць практики, виконання Програми практики та дотримання термінів її проведення;
- надає методичну допомогу здобувачам вищої освіти під час виконання ними індивідуальних завдань і збору матеріалів до дипломного проекту (роботи);
- проводить консультації з обробки зібраного матеріалу та його використання для звіту про практику, а також у дипломній роботі;
- інформує здобувачів вищої освіти про порядок подання звітів про практику та їхнього захисту;
- приймає захист звітів здобувачів вищої освіти про практику в складі комісії, на підставі чого оцінює результати практики здобувачів вищої освіти;
- подає звіти здобувачів вищої освіти про практику на кафедру.

Керівник практики від підприємства:

- несе особисту відповідальність за проведення практики;
- організовує практику відповідно до її програми;
- визначає робочі місця практики здобувачів вищої освіти, забезпечує ефективність її проходження;
- забезпечує проведення інструктажу та дотримання здобувачами вищої освіти правил техніки безпеки й охорони праці на робочому місці;
- забезпечує виконання погоджених із навчальним планом графіків проходження практики в структурних підрозділах організації, підприємства, установи тощо;
- сприяє здобувачам вищої освіти - практикантам у використанні ними наявної літератури, необхідної документації тощо;
- контролює дотримання здобувачами вищої освіти - практикантами правил внутрішнього розпорядку;
- створює необхідні умови для оволодіння здобувачами вищої освіти - практикантами новою технікою, сучасними технологіями та методами

організації праці;

- контролює виконання Кодексу законів про працю України тощо.

Здобувачі вищої освіти в ході проходження практики зобов'язані:

– отримати до початку практики від керівництва університету направлення, методичні матеріали (методичні вказівки, програму, щоденник, індивідуальне завдання тощо) та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;

- своєчасно прибути на базу практики;

– виконувати в повному обсязі всі завдання, передбачені програмою практики;

– вивчити правила охорони праці, техніки безпеки, внутрішнього розпорядку та виробничої санітарії й суворо їх дотримуватися;

- нести відповідальність за виконану роботу;

– своєчасно оформити звітну документацію та скласти залік із практики.

ЗАВДАННЯ І РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Протягом двох тижнів (безвідривно) практиканти під керівництвом призначених осіб планують і виконують завдання за профілем практики.

Робота в редакції ЗМК передбачає написання матеріалів різних жанрів, виконання редакційних завдань, участь у підготовці сюжетів (1-2), закріплення навичок розміщення матеріалів в Інтернеті і просування їх у соціальних мережах тощо.

Усі види робіт відбиваються на сторінках «Щоденника практики».

Перший тиждень практики – ознайомчий, передбачає попереднє планування різних видів робіт, отримання основних завдань, знайомство зі структурними підрозділами бази практики, їх функціонуванням. Наступний тиждень присвячений безпосередньому виконанню отриманих завдань і доручень.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН І ГРАФІК ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Вивчення документації та планування діяльності	
Установча конференція	2
Вивчення документації, пов'язаної із проходженням практики	2
Планування практики, визначення завдань для кожного змістовного компоненту та узгодження із керівником від університету	6
Разом	10
Етап 2. Робота на базі практики	
Прибуття на базу практики, проходження	5

необхідних інструктажів		ри бу вш и на пр ак ти ку, ст
Ознайомлення із порядком роботи, узгодження завдань із керівником від кафедри й бази практики	5	
Планування своєї роботи на базі практики	5	
Створення журналістських, рекламних та PR продуктів, участь в івентах, робота над власним звітом	60	
Оформлення документації та створення звітної презентації про проходження практики	5	
Разом	80	
Усього	90	

удент стає членом колективу підприємства чи редакції на час проходження практики.

Комплексні завдання, що становлять зміст цієї практики, орієнтують на подальше створення не менше двох власних журналістських (або рекламних) матеріалів. Ця практика має такі завдання:

- поглиблення і синтезування знань з теорії журналістики, теорії масової комунікації;
- поглиблення вмінь і навичок спостерігати й аналізувати журналістську діяльність;
- набуття навичок і вміння планувати, аналізувати і організовувати власну журналістську діяльність;
- вибір журналістської спеціалізації.

У ході практики від студентів вимагається написання власних матеріалів інформаційного жанру. У цьому випадку студент подає при звітуванні готовий до публікації рукопис, опрацьований керівником практики від редакції і завірений ним. Відомо, що кожен журналіст бере участь у плануванні, підготовці й випуску масових інформаційних потоків, веде роботу з організації співробітництва в суспільстві. Студент, який проходить практику, повинен бути

готовим до всіх цих видів творчої діяльності. Програма практик орієнтує студентів на вивчення системи організації праці в редакції та окремих журналістів (планування роботи, облік і аналіз роботи із читацькою, глядацькою чи слухацькою аудиторією, організація робочого дня, методика збору матеріалу, організація соціологічних досліджень). Ці матеріали знадобляться студентам при написанні дипломних робіт. Для оцінювання результатів журналістської практики використовуються такі методи:

- спостереження за студентами та аналіз якості окремих видів їхньої роботи (виробничо-творча діяльність і навчально-дослідна робота);
- бесіди з журналістами, під керівництвом яких працювали студенти;
- самооцінка студентами ступеня своєї підготовленості до журналістської діяльності;
- аналіз документації студентів (детальний звіт, повністю оформлений щоденник, підготовлені під час практики журналістські матеріали).

Без надання вищевказаних звітів студент до захисту практики не допускається. Така система організації журналістської практики сприяє ефективній підготовці студентів до активної професійної творчості. Як показує досвід, завдяки поєднанню теорії й практики переважна більшість студентів-журналістів після проходження практики отримують певний досвід, вирізняються креативними поглядами, мають сформовану соціальну й громадянську позицію і позиціонують себе як справжні сучасні фахівці: всебічно обізнані, творчі особистості, що вміють втілювати професійне завдання – формувати громадянську думку в суспільстві.

Студент разом із керівником практики від бази розширює календарний план проходження, згідно із вимогами вказаної програми.

За час проходження навчальної практики студенти повинні виконати вказані завдання, згідно з програмою практики.

ЗАВДАННЯ І РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Протягом трьох тижнів практиканти під керівництвом призначених осіб планують і виконують завдання за профілем практики.

Робота в редакції ЗМК передбачає написання матеріалів різних жанрів, виконання редакційних завдань, участь у підготовці сюжетів (1-2), закріплення навичок розміщення матеріалів в Інтернеті і просування їх у соціальних мережах тощо.

Робота у рекламних відділах підприємств передбачає участь в організації рекламної діяльності, складання бріфів, розробку рекламних та PR-матеріалів для публікації в ЗМІ (не менше 2).

Усі види робіт відбиваються на сторінках «Щоденника практики».

Перший тиждень практики – ознайомчий, передбачає попереднє планування різних видів робіт, отримання основних завдань, знайомство зі структурними підрозділами бази практики, їх функціонуванням. Наступний тиждень присвячений безпосередньому виконанню отриманих завдань і доручень.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН І ГРАФІК ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Вивчення документації та планування діяльності	
Установча конференція	2
Вивчення документації, пов'язаної із проходженням практики	2
Планування практики, визначення завдань для кожного змістовного компоненту та узгодження із	6

керівником від університету	
Разом	10
Етап 2. Робота на базі практики	
Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів	5
Ознайомлення із порядком роботи, узгодження завдань із керівником від кафедри й бази практики	5
Планування своєї роботи на базі практики	5
Створення журналістських, рекламних та PR продуктів, участь в івентах, робота над власним звітом	60
Оформлення документації та створення звітної презентації про проходження практики	5
Разом	80
Усього	90

М

Е
Т
О
Д
И
Ч
НІ
РЕ
К
О
М
Е
Н
Д

АЦІЇ

Прибувши на практику, студент стає членом колективу підприємства чи редакції на час проходження практики.

- знайомиться зі структурою підприємства / редакції та з особливостями роботи рекламного відділу;
- вивчає систему проходження реклами від моменту замовлення до виходу у світ;
- засвоює принципи взаємовідносин з дизайнером, копірайтером, рекламним менеджером, журналістами, комерційним директором;
- вчиться складати бриф на створення реклами;
- створює власну рекламу для ЗМІ (обов'язково), а також інший вид реклами на власний вибір або на завдання керівника від бази практики, залежно від потреб підприємства;
- виконує інші види робіт, передбачених програмою практики.

Під час виробничої практики студент зобов'язаний виконати теоретичні, практичні завдання:

теоретичні:

1) з'ясувати основні особливості баз практики, їх правовий статус, організаційну форму;

2) поглиблено ознайомитися зі структурою підприємства / редакції, організацією діяльності рекламного відділу, формами і методами здійснення поставлених перед ним завдань;

3) ознайомитися із застосування правових норм, що регулюють діяльність підприємства / редакції або рекламного відділу, а також інших норм, які вони застосовують у своїй діяльності;

практичні завдання:

1) під час проходження практики студент працює у тісному зв'язку із керівниками та співробітниками відповідної бази практики, виконує їх доручення та завдання, пов'язані із роботою; знайомиться із роботою рекламного відділу, з функціональними обов'язками працівників; знайомиться з особливостями рекламної кампанії підприємства (якщо базою практики є підприємство) / особливостями розміщення реклами на сторінках газети, журналу (якщо базою практики є редакція друкованого ЗМІ) / особливостями розміщення реклами в ефірі (якщо базою практики є редакція аудіовізуального ЗМІ); складає бриф на створення реклами у ЗМІ; складає відповідні бази даних; аналізує рекламу підприємства у ЗМІ (обов'язково) та інших каналах розповсюдження (на вибір) / рекламні зразки у ЗМІ, де проходить практику; створює власну рекламу;

2) студент має орієнтуватися в організаційній структурі підприємства чи редакції, де він проходить практику, має ознайомитися з організацією рекламної діяльності на базі практики.

У залежності від обраної бази практики завдання можуть мати свою специфіку. Однак спільним для усіх баз практик є:

1. Орієнтація на мас-медіа як один з основних інструментів рекламної діяльності;

2. Розробка рекламних матеріалів чи концепцій рекламного характеру для поширення їх через мас-медіа.

Завдання практики, якщо базою практики є підприємство

У процесі та в результаті проходження практики студент повинен:

1. Ознайомитися з професійними стандартами та навиками, необхідними для роботи у відділах реклами / маркетингу / зв'язків з громадськістю підприємства;

2. Вивчити та усвідомити посадові обов'язки кожного з членів колективу рекламного відділу;

3. Ознайомитися зі структурою підприємства та плануванням роботи рекламного відділу;

4. Вивчити досвід спілкування рекламних менеджерів із представниками каналів розповсюдження реклами;

5. Ознайомитися з перевагами та недоліками поширення реклами у різних ЗМІ у порівнянні з іншими каналами поширення реклами;

6. Вивчити особливості створення рекламного оголошення для друкованого ЗМІ чи аудіовізуального ЗМІ, а також інших видів реклами;

7. Познайомитися з композицією та дизайном різних видів реклами підприємства. Проаналізувати спільне та відмінне мас-медійної реклами підприємства з іншими видами реклами;

8. Простежити процес проходження реклами від замовлення (розробки) до виходу готової реклами;

9. Набути навиків самостійної роботи при підготовці мас-медійної реклами.

Основні види робіт під час проходження практики:

1. Знайомство зі структурою підприємства;

2. Знайомство зі структурою рекламного відділу;

3. Опрацювання посадових інструкцій співробітників рекламного відділу;

4. Участь у плануванні роботи рекламного відділу;
 5. Знайомство з базами рекламоносіїв, зокрема, друкованих та аудіовізуальних ЗМІ як рекламоносіїв та вивчення специфіки їх формування;
 6. Вивчення процесу проведення переговорів з рекламними агентами з метою розміщення реклами та створення на їх основі власної бази рекламоносіїв;
 7. Складання брифу для створення реклами для друкованого чи аудіовізуального ЗМІ;
 8. Аналіз реклами підприємства, у якому студент проходить практику для порівняння мас-медійної реклами з іншими видами реклами.
- Формування власних висновків про переваги та недоліки мас-медійної реклами для підприємства;
9. Співпраця з комерційним директором, рекламними менеджерами, дизайнером, копірайтером щодо вивчення принципів їх роботи;
 10. Участь у розробці рекламного оголошення для ЗМІ/ рекламної статті/ макету/ рекламного ролика тощо;
 11. Робота у ролі копірайтера (підготовка власних матеріалів для друкованого ЗМІ за завданням керівника від бази практики);
 12. Створення власного словничка професійних термінів.

Завдання практики, якщо базою практики є редакція друкованого ЗМІ

У процесі та в результаті проходження практики студент повинен:

1. Ознайомитися з професійними стандартами та навиками, необхідними для роботи у рекламних відділах друкованих ЗМІ.
2. Вивчити та усвідомити посадові обов'язки кожного з членів колективу рекламного відділу.
3. Ознайомитися зі структурою редакції, газети чи журналу та плануванням роботи рекламного відділу.
4. Вивчити досвід спілкування рекламних менеджерів із рекламодавцями;
5. Ознайомитися з перевагами та недоліками поширення реклами у друкованих ЗМІ;
6. Ознайомитися з жанрами газетно-журнальної реклами;

7. Вивчити особливості створення рекламного оголошення;
8. Познайомитися з композицією та дизайном реклами;
9. Простежити процес проходження реклами від спілкування із рекламодавцем до виходу готового рекламного оголошення у газеті чи журналі;
10. Набути навиків самостійної роботи при підготовці газетно-журнальної реклами.

Основні види робіт під час проходження практики:

1. Знайомство зі структурою редакції;
2. Знайомство зі структурою газети;
3. Опрацювання посадових інструкцій співробітників рекламного відділу друкованого видання / редакції рекламного видання;
4. Участь у плануванні роботи рекламного відділу;
5. Знайомство з базами рекламодавців та вивчення специфіки їх формування;
6. Вивчення процесу проведення переговорів з рекламодавцями з метою залучення реклами та створення на їх основі власної бази рекламодавців;
7. Складання типової пропозиції на розміщення реклами;
8. Аналіз реклами на сторінках друкованого ЗМІ, у редакції якого студент проходить практику (для індивідуального завдання);
9. Співпраця з головним редактором, комерційним директором, рекламними менеджерами, дизайнером, копірайтером щодо вивчення принципів їх роботи;
10. Участь у розробці рекламного оголошення;
11. Робота у ролі копірайтера (підготовка власних рекламних матеріалів для друкованого ЗМІ та за завданням керівника від бази практики);
12. Створення власного словничка професійних термінів.

Завдання практики, якщо базою практики є редакція аудіовізуального ЗМІ

У процесі та в результаті проходження практики студент повинен:

1. Ознайомитися з професійними стандартами та навиками, необхідними для роботи у рекламних відділах аудіовізуальних ЗМІ.

2. Вивчити та усвідомити посадові обов'язки кожного з членів колективу рекламного відділу.

3. Ознайомитися зі структурою редакції ЗМІ та плануванням роботи рекламного відділу.

4. Вивчити досвід спілкування рекламних менеджерів із рекламодавцями;

5. Ознайомитися з перевагами та недоліками поширення реклами в аудіовізуальних ЗМІ;

6. Ознайомитися з жанрами та формами аудіовізуальної реклами;

7. Вивчити особливості створення реклами;

8. Простежити процес проходження реклами від спілкування із рекламодавцем до виходу готового рекламного оголошення в ефір;

9. Набути навиків самостійної роботи при підготовці аудіовізуальної реклами.

Основні види робіт під час проходження практики:

1. Знайомство зі структурою редакції;

2. Знайомство зі структурою газети;

3. Опрацювання посадових інструкцій співробітників рекламного відділу аудіовізуального ЗМІ;

4. Участь у плануванні роботи рекламного відділу;

5. Знайомство з базами рекламодавців та вивчення специфіки їх формування;

6. Вивчення процесу проведення переговорів з рекламодавцями з метою залучення реклами та створення на їх основі власної бази рекламодавців;

7. Складання брифу на створення реклами;

8. Аналіз реклами в ефірі ЗМІ, у редакції якого студент проходить практику (для індивідуального завдання);

9. Співпраця з головним редактором, комерційним директором, рекламними менеджерами, дизайнером, оператором, копірайтером щодо вивчення принципів їх роботи;

11. Робота у ролі копірайтера (підготовка власних рекламних матеріалів для аудіовізуального ЗМІ та за завданням керівника від бази практики);

12. Створення власного словничка професійних термінів.

Студент разом із керівником практики від бази розширює календарний план проходження, згідно із вимогами вказаної програми.

За час проходження виробничої практики студенти повинні виконати вказані завдання, згідно з програмою практики.

ЗАВДАННЯ І РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Протягом двох тижнів практиканти під керівництвом призначених осіб планують і виконують завдання за профілем практики.

Робота в редакції ЗМК передбачає написання матеріалів різних жанрів, виконання редакційних завдань, участь у підготовці сюжетів (1-2), закріплення навичок розміщення матеріалів в Інтернеті і просування їх у соціальних мережах тощо.

Переддипломна практика передбачає виконання професійних обов'язків на робочому місці журналіста в редакції одного із видів (за вибором студента) ЗМІ: радіо, телебачення, друкованого або інтернет-ЗМІ, прес-служби, інформаційні агентства тощо.

Під час переддипломної практики студенти мають можливість зібрати та опрацювати матеріал для написання дипломної роботи.

Основні завдання переддипломної практики:

- удосконалення професійних умінь і навичок у виробничих умовах на робочому місці журналіста в медіа;
- самостійне виконання професійних доручень;
- розуміння власного місця у структурі редакційного колективу та перспектив професійного росту;
- оприлюднення 3–5 власних матеріалів різних жанрів або форм подання інформації, визначених редакцією;
- збирання матеріалів для написання дипломної роботи.

Робота у рекламних відділах підприємств передбачає участь в організації рекламної діяльності, складання бріфів, розробку рекламних та PR-матеріалів для публікації в ЗМІ. Основні завдання переддипломної практики:

- удосконалення професійних умінь і навичок у виробничих умовах на робочому місці фахівця з реклами та/або PR у рекламному агентстві (на підприємстві, в організації тощо);

- самостійне виконання професійних доручень;
- розуміння власного місця в структурі рекламного агентства (підприємства, організації тощо) та перспектив професійного зростання;
- оприлюднення 3–5 власних матеріалів різних жанрів або форм подання інформації, визначених рекламним агентством (підприємством, організацією тощо);
- збирання матеріалів для написання дипломної роботи.

Усі види робіт відбиваються на сторінках «Щоденника практики».

Перший тиждень практики – ознайомчий, передбачає попереднє планування різних видів робіт, отримання основних завдань, знайомство зі структурними підрозділами бази практики, їх функціонуванням. Наступний тиждень присвячений безпосередньому виконанню отриманих завдань і доручень.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН І ГРАФІК ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Вивчення документації та планування діяльності	
Установча конференція	2
Вивчення документації, пов'язаної із проходженням практики	2
Планування практики, визначення завдань для кожного змістовного компонента та узгодження із керівником від університету	6
Разом	10
Етап 2. Робота на базі практики	
Прибуття на базу практики, проходження необхідних інструктажів	5
Ознайомлення із порядком роботи, узгодження	5

завдань із керівником від кафедри й бази практики		М Е Т О Д И Ч Н І Р Е
Планування своєї роботи на базі практики	5	
Створення журналістських, рекламних та PR продуктів, участь в івентах, робота над власним звітом	60	
Оформлення документації та створення звітної презентації про проходження практики	5	
Разом	80	
Усього	90	

КОМЕНДАЦІЇ

На переддипломній практиці студенти збирають матеріал для кваліфікаційних проєктів, пишуть і практично виконують проєкт, перевіряють на практиці обґрунтування його концепції, актуальності, мети, завдань і структури. Залежно від формулювання теми випускної кваліфікаційного проєкту студенти обирають місце проходження практики. Залежно від місця проходження практики студент виконує індивідуальні завдання за темою кваліфікаційного проєкту.

Якщо таким місцем обрано редакцію ЗМІ, то під час проходження переддипломної практики студент-практикант виконує такі завдання:

- додержується всіх правил внутрішнього розпорядку, техніки безпеки, законів України в галузі масової інформації;
- бере участь у редакційних нарадах;
- виконує редакційні завдання, відвідує тематичні заходи, брифінги, прес-конференції, засідання круглого столу;
- подає до оприлюднення власні матеріали;
- виявляє творчу ініціативу, пропонує та опрацьовує актуальні теми;
- тісно співпрацює з колективом та керівництвом ЗМІ та керівниками практики;
- вивчає механізми підготовки та випуску газети, радіо та телепередач;

- ознайомлюється з особливостями менеджменту ЗМІ;
- формує власний творчий доробок;
- повністю відповідає за зміст та якість поданих до оприлюднення матеріалів;

- збирає матеріали, необхідні для написання дипломної роботи;
- готує звіт за результатами своєї роботи в медіа.

У разі вибору рекламного агентства (підприємства, організації тощо). Під час проходження переддипломної практики студент-практикант є повноправним членом команди підприємства. Він:

- дотримується всіх правил внутрішнього розпорядку, техніки безпеки, законів України в галузі реклами, PR, масової інформації;
- бере участь у фахових нарадах;
- виконує роботу в галузі реклами та/або PR (участь у рекламних та PR-проектах, виготовлення та розміщення рекламних та PR-матеріалів тощо);
- подає до оприлюднення власні рекламні та/або PR-матеріали;
- виявляє творчу ініціативу, пропонує та опрацьовує актуальні теми;
- тісно співпрацює з колективом та керівництвом рекламного агентства (підприємства, організації тощо) та керівниками практики;
- вивчає механізми підготовки та оприлюднення різних видів сучасної реклами та/або PR;
- знайомиться з особливостями менеджменту рекламного агентства (підприємства, організації тощо);
- формує власний творчий доробок;
- повністю відповідає за зміст та якість поданих до оприлюднення матеріалів;
- збирає матеріали, необхідні для написання дипломної роботи;
- готує звіт за результатами своєї роботи в рекламному агентстві (підприємстві, організації тощо).

Переддипломна практика передбачає активну участь бакалавра в роботі медіаорганізації.

Під час практики перед студентами постають такі завдання:

- Визначити та проаналізувати конкурентів підприємства-баз проходження практики.
- Зібрати необхідний матеріал для написання й практичного виконання кваліфікаційного проєкту.
- Перевірити на практиці обґрунтування проєкту, визначення його концепції, актуальності, мети, завдань і структури.
- Отримати консультативну допомогу з боку висококваліфікованих працівників на базі практики щодо виконання кваліфікаційного проєкту.

Під час переддипломної практики студенти отримують консультативну допомогу з боку керівників практики від кафедри, керівників випускних кваліфікаційних проєктів та керівників баз практики.

ВИМОГИ ДО ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

У встановлений термін, не пізніше 14 днів після закінчення практики, матеріали практики узагальнюються і формуються в спеціальну папку, яка представляється на кафедру (в комісію по захисту практики).

За результатами практики студенти представляють наступні звітні документи:

- 1) щоденник практики
- 2) письмовий звіт студента про практику (із додатками – самостійно підготовленими текстовими, фото-, відеоматеріалами);
- 3) характеристику студента-практиканта, завірену керівником практики від підприємства.

1. Щоденник практики є обов'язковим звітним документом. Це важливий документ, який свідчить про рівень організації праці студента й певною мірою розкриває творчу лабораторію майбутнього журналіста, його нахили, наміри, успіхи й невдачі. Але для цього потрібно вести щоденник систематично й правдиво. Структура оформлення і записів в ньому наступна: титульний лист, що містить відомості про студента, назву практики, відомості про місце практики з наведенням прізвища, імені, по батькові і посади керівника практики; терміни проходження практики (дати початку і закінчення роботи); щоденні записи, включаючи дату, зміст і об'єм роботи. .

2. Звіт про практику. Цей документ завіряє керівник редакції. У звіті необхідно проаналізувати її проходження, узагальнити позитивне в роботі редакції (агенції, відділу), висловити зауваження, а також розповісти про набутий досвід. Доцільно у звіті вказати матеріали, підготовлені до друку, але з тих чи тих причин неопубліковані й обов'язково долучити їх до матеріалів практики. Усі авторські матеріали, опубліковані в газеті, передані по радіо чи телебаченню, в Інтернет-блогах, інформагентствах, відділах реклами тощо, повинні бути завірені керівником практики за місцем її проходження і подані в додатках.

3. Характеристика студента-практиканта. Цей документ з місця проходження практики завіряє керівник редакції (телеорганізації, газети, видавництва тощо). Характеристика повинна бути об'єктивною, без перебільшень успіхів практиканта й намагання показати його в найвигіднішому світлі. Замовчування невдач і недоліків тільки шкодять студентові, принижують авторитет керівника, який підписує характеристику.

Характеристика завіряється підписом з вказівкою прізвища і посади керівника практики, а також печаткою установи.

Звіт студента про практику оформляється у вигляді друкованого тексту у форматі Word, шрифт 14, міжрядковий інтервал полуторний, поля: верхнє – 2, нижнє – 2, лівє – 3, правє – 1,5. Таблиці, схеми та конспекти занять можна наводити у додатках. Рукопис не допускається.

Студенти, які проходили практику на радіо, повинні подати матеріал у цифровому вигляді із записом запланованих програмою матеріалів.

Студенти, які проходили практику на телебаченні, додають до звіту матеріал у цифровому вигляді із записом матеріалів, підготовлених під час практики.

Студенти, які практику в редакціях газет, журналів або в редакціях інформаційних агентств чи в редакціях Інтернет-видань, додають до звіту з практики підготовлені до друку матеріали, фотографії чи будь-які зображальні матеріали (рисунок, малюнок, карикатури тощо), що підготовлені під час практики.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка «відмінно» (90-100 балів) ставиться у випадку, якщо матеріали практики відповідають усім формальним та змістовним вимогам до їх написання, зокрема:

- матеріали практики подані у встановлений термін;
- звітна документація представлена у повному обсязі;
- матеріали практики є оригінальним авторським доробком студента.

Оцінка «добре» (82-89 балів) ставиться у випадку, якщо матеріали практики відповідають усім формальним та змістовним вимогам до їх написання, зокрема:

- матеріали практики подані у встановлений термін, у повному обсязі;
- матеріали практики є оригінальним авторським доробком студента, а не ксерокопією чи дублюванням роботи іншого студента, але наявні незначні помилки та недоліки.

Оцінка «добре» (74-81 балів) ставиться у випадку, коли наявні такі самі документи, як на попередньому рівні, але в них більше неточностей і недоліків

Оцінка «задовільно» (61-73 балів) ставиться у випадку, якщо матеріали практики відповідають встановленим формальним та змістовним вимогам до їх написання, зокрема:

- матеріали практики представлені в неповному обсязі, наявні помилки, які студент за допомогою керівника практики спроможний виявити, але не завжди може виправити;
- студент не дотримувався всіх вимог до оформлення матеріалів практики;

Оцінка «задовільно» (60-63 бала) - ставиться у випадку невчасного представлення документів практики, або якщо у матеріалах наявні грубі логічні помилки, плагіат, або оформлення матеріалів не відповідає вимогам.

Оцінка «незадовільно» (0-59 балів) ставиться у тих випадках, якщо:

- матеріали практики не подані або подані частково;
- матеріали практики є дублюванням або ксерокопією матеріалів іншого студента.

ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання програми практики. Формою звітності здобувач вищої освіти за практику є письмовий звіт. Письмовий звіт разом з іншими документами, установленими університетом, подається на рецензування керівнику практики від кафедри.

Звіт має містити відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми практики, висновки та пропозиції тощо. Оформлення звіту має відповідати вимогам програми практики.

Звіт захищається здобувачем вищої освіти у комісії, призначеній завідувачем кафедри. До складу комісії входять викладачі та (за можливості) керівник від бази практики.

Порядок захисту і підведення підсумків практики

Після закінчення практики проводиться підсумкова конференція, в ході якої заслуховують звіти студентів про хід практики, обговорюються зауваження і пропозиції, аналізується представлена документація та узагальнюються підсумки практики, характеризується й оцінюється діяльність практикантів. Найцікавіші матеріали за підсумками практики можуть використовуватися у навчальній роботі кафедри.

Захист практики проводиться перед спеціальною комісією, головою якої є завідувач кафедри. До складу комісії входять керівники практики від університету і бази практики, провідні викладачі кафедри, журналісти з досвідом роботи.

До захисту практики допускаються лише ті студенти, які своєчасно і в повному обсязі виконали програму практики і надали на кафедру у встановлені терміни всю звітну документацію.

Захист практики включає усний публічний звіт студента-практиканта, на що йому відводяться 7–8 хвилин, відповіді на питання членів комісії. Усний звіт

студента включає: опис виконаної роботи, презентацію власного творчого доробку; висновки та пропозиції щодо вдосконалення програми практики.

Аналіз результатів практики проводиться за наступними критеріями:

- 1) обсяг виконаної роботи;
- 2) якість аналітичного звіту, висновків і пропозицій;
- 3) виконання роботи у встановлені терміни;
- 4) самостійність, ініціатива практиканта, його творчий підхід до роботи;
- 5) своєчасність і якість представлення звітній документації.

Оцінка результатів практики витікає з особливостей діяльності студентів і виявляє характер їх відношення до майбутньої професійної діяльності.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Больц Н. Абетка медіа / за загал. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
2. Дубова С. В. Комунікативні стратегії установи: методичні рекомендації до вивчення дисципліни. К.: Центр учбової літератури, 2017. 55 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : монографії / В. В. Різун, В. Е. Шевченко, Л. П. Федорчук ; за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: ВПЦ "Київський університет", 2018. 319 с.
4. Прімбс, Штефан. Соціальні медіа для журналістів. редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / Штефан Прімбс ; редактор В. Ф. Іванов ; перекладач В. Климченко. К: Академія вільної преси, 2018. 198 с.
5. Холод, О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. К.: Центр учбової літератури, 2018. 211 с.
http://elib.kubg.edu.ua/4559/1/Holod_O_M_Komunik_tehnologii_c_213.pdf
6. Шевченко В.Е. Мультимедійні історії: навч. посібник. Київ: Інститут журналістики, 2020. 74 с. Режим доступу: <https://cutt.ly/fRluOoN>
7. Шмідт, Ерік. Google. Як працює Google / Е. Шмідт, Дж. Розенберг, за участі А. Ігла ; з передмовою Л. Пейджа. К.: КМ-БУКС, 2018. 304 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут

Кафедра журналістики, реклами і PR-технологій

ЗВІТНА ДОКУМЕНТАЦІЯ

З _____
(вид практики)

(прізвище, ім'я, по батькові)

Студента/студентки _____ курсу
навчально-наукового гуманітарного інституту
Спеціальності 061 «Журналістика»

Місце проходження практики _____

Термін практики _____

Оцінка _____

Керівник практики (від університету) _____

Керівник практики (від бази практики) _____

м. Миколаїв - 2024

**Характеристика та оцінка роботи студента
під час практики від організації**

У характеристиці треба відзначити результати виконання студентом програми практики та індивідуальних завдань, виявлені ним знання, уміння та організаторські здібності; участь у виконання конкретних робіт, у тому числі в розробці об'єктів інтелектуальної власності. Крім цього у характеристиці треба зазначити підсумкову оцінку за практику.

За період _____ практики студент ознайомився з ..., виконував роботу ..., добре засвоїв ..., вирішив проблему...

У період проходження _____ практики студент _____ проявив себе як високоорганізований і дисциплінований працівник, виконуючи усі завдання в терміни за планом практики, а також вміння самостійно й творчо вирішувати поставлені задачі.

В цілому _____ практика студента _____ може бути оцінена на оцінку «_____».

Керівник підприємства, закладу _____
(підпис, ПБ, печатка підприємства)

Календарний графік проходження практики

№/п	Назва робіт, які виконував студент під час проходження практики	Тижні проходження практики				Відмітки про виконання
		1	2	3	4	

Студент-практикант _____
(підпис)

ЩОДЕННИК _____ **ПРАКТИКИ**
(вид практики)

(прізвище, ім'я по батькові)

студента _____ курсу
спеціальності 061 Журналістика

Місце проходження практики _____

Термін практики _____

Друга сторінка щоденника практики повинна містити такі записи:

1. Прізвище, ім'я та по-батькові керівника закладу, в якому проходить практика.

Форма ведення щоденника практики.

Дата	Зміст (план роботи)	Відмітка про виконання

Навчальне видання

ГУЗЕНКО

Світлана Валентинівна

КЛИМЕНКО

Наталя Григорівна

**Методичні рекомендації
щодо проходження практик
для студентів
спеціальності 061 журналістика**

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 2,3. Тираж 100 пр. Зам. №

ВИДАВЕЦЬ І ВИГОТОВЛЮВАЧ