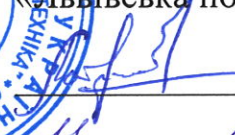


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»



в.о. ректора
Національного університету
«Львівська політехніка»

 Юрій БОБАЛО
«11» 03 2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«РЕКЛАМНІ ТА ПР-КОМУНІКАЦІЇ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	С7 «Журналістика»

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради Національного
університету
«Львівська політехніка»
протокол № 20
від «25» 02 2025 р.

Львів 2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«РЕКЛАМНІ ТА ПР-КОМУНІКАЦІЇ»

Рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти

Другий (магістерський)
Магістр

Галузь знань
Спеціальність
Кваліфікація

С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»
С7 «Журналістика»
Магістр журналістики

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією спеціальності С7 «Журналістика»

Протокол № 1
від «12» 02 2025 р.

Голова НМК спеціальності

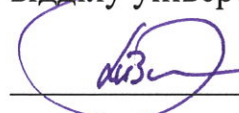
 Надія ЗЕЛІНСЬКА

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи Національного університету «Львівська політехніка»

 Олег ДАВИДЧАК
«19» 02 2025 р.

Начальник Навчально-методичного відділу університету

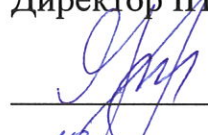
 Василь ТОМ'ЮК
«19» 02 2025 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

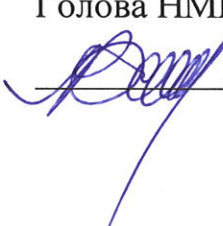
Науково-методичною радою університету

Протокол № 85
від «20» 02 2025 р.

Директор ІПМТ

 Ярослав УГРИН
«19» 02 2025 р.

Голова НМР університету

 Анатолій ЗАГОРОДНІЙ

Затверджено та надано чинності наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка» від «11» 03 2025 р. № 146-т-10.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено для другого (магістерського) рівня освіти, галузь знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини, спеціальність С' Журналістика. робочою групою у складі:

Розроблено робочою групою у складі:

Михайлович О. П.	гарант освітньо-професійної програми, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри МІКС
Зелінська Н. В.	доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри МІКС
Капраль І. І.	кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри МІКС
Кулинич М. М.	кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри МІКС
Капраль Д. М.	здобувач вищої освіти

Зовнішні рецензенти:

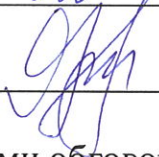
Іваночко Я. Я. – головний редактор ТОВ «ЗАХІД.НЕТ»

Басій Н. Ф. – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету

Гарант освітньої програми  Ольга МИХАЙЛОВИЧ

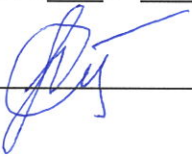
Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради інституту поліграфії та медійних технологій

Протокол № 6 від «19» 02 2025 р.

Голова Вченої ради ІПМТ  Ярослав УГРИН

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні НМР навчально-наукового Інституту поліграфії та медійних технологій

Протокол № 1 від «14» 02 2025 р.

Голова НМР ІПМТ  Роман ПЕТРИВ

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Львівська політехніка».

**ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«РЕКЛАМНІ ТА ПР-КОМУНІКАЦІЇ»
СПЕЦІАЛЬНОСТІ С7 «ЖУРНАЛІСТИКА»**

1 – Загальна інформація	
<i>Повна назва закладу вищої освіти</i>	Національний університет «Львівська політехніка»
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації</i>	Магістр журналістики
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	«Рекламні та ПР-комунікації»
<i>Тип диплому та обсяг програми</i>	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС / 1,5 роки
<i>Наявність акредитації</i>	Сертифікат про акредитацію № 6198 чинний до 01.07.2029 р.
<i>Акредитаційна установа</i>	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
<i>Цикл/рівень програми</i>	QF-LLL – 7 рівень НРК – 7 рівень FQ-EHEA – другий цикл
<i>Передумови</i>	Наявність ступеня бакалавра
<i>Додаткові вимоги до правил прийому</i>	Прийом на навчання здійснюється за результатами Єдиного фахового вступного випробування
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська

2 – Мета освітньої програми	
Забезпечити поглиблену теоретичну й практичну підготовку висококваліфікованих фахівців для сфери зв'язків з громадськістю, реклами, мас-медіа, що включає прикладну компоненту з урахуванням базових знань, вмінь та навичок, здобутих під час навчання на першому бакалаврському рівні, а також сучасних тенденцій розвитку соціально-прикладних галузей. Передбачає підготовку фахівців, які володіють належним науковим рівнем для інтеграції знань в прикладні галузі PR-комунікацій, реклами та мас-медіа, а також здатні реалізовувати науково-прикладні проекти, вирішувати складні виробничі проблеми, впроваджувати стартап-кампанії, промокампанії, PR-кампанії.	
3 – Характеристика освітньої програми	
<i>Предметна область, напрям</i>	Журналістика, реклама та PR
<i>Фокус програми: загальна/спеціальна</i>	Загальна: дослідження у сфері реклами та PR Спеціальна: здобуття знань у сфері реклами та PR (поглиблений курс), який передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти та кар'єрного зростання.
<i>Опис предметної області</i>	Об'єктом вивчення є проблеми просування об'єктів у різних сферах (бізнес, політична, соціальна, гуманітарна сфери). <i>Цілі навчання:</i> - підготовка фахівців, здатних ідентифікувати та вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері реклами та зв'язків з громадськістю на засадах оволодіння системою компетентностей. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> - основи журналістики; мультимедійні технології; комунікаційні технології в рекламі та ПР; стратегічний маркетинг; конфліктологія; медіалінгвістика; технології виробництва та розміщення рекламного продукту; реклама і

	зв'язки з громадськістю в сучасному суспільстві; технології управління медійним бізнесом; методологія наукових досліджень. <i>Методи, методики, технології та інструменти:</i> - загальнонаукові та специфічні методи дослідження: методи творчого та критичного мислення; методи збирання, аналізу, систематизації, інтерпретації та поширення інформації; метод інтеграційного підходу до вирішення завдань; методики проблемного, проблемно-пошукового, діалогічного, інтерактивного навчання; інформаційні, програмні та комунікаційні технології.
<i>Орієнтація програми</i>	Програма науково-прикладна; орієнтується на поглиблене вивчення проблемно-орієнтованих аспектів для реалізації дослідницької діяльності з проекцією їх у професійні сфери реклами та PR; враховує специфіку просування організацій, установ, підприємств, осіб та ідей в сучасних умовах; орієнтує на актуальні спеціалізації, в межах яких здобувач магістерського ступеня визначає професійну та наукову кар'єру; базується на загальновідомих наукових результатах із урахуванням необхідності оцінювати ризики, загрози та виклики, що зумовлені впливом факторів зовнішнього середовища, розуміти сутність і тенденції розвитку рекламної та PR-галузі в Україні; орієнтує на актуальні спеціалізації, в межах яких можлива подальша професійна кар'єра.
<i>Особливості програми</i>	Програма реалізується науковими групами, передбачає також залучення фахівців галузі, застосування широкого кола загальнонаукових і спеціальних аналітичних методів, принципів і прийомів наукових досліджень, з урахуванням сучасного світового досвіду в сфері реклами та PR. Передбачено проведення проблемно-орієнтованих лекційних курсів, практичних занять, тренінгів та самостійної науково-дослідної роботи.
4 – Працевлаштування та продовження освіти	
<i>Працевлаштування</i>	Випускники напряму «Рекламні та PR-комунікації» можуть працювати у наукових консалтингових установах, рекламних агенціях, відділах зв'язків з громадськістю; рекламно-інформаційних центрах, відділах реклами, маркетингу та зв'язків з громадськістю в бізнес-структурах, консалтингових, комунікаційних агентствах, в засобах масової інформації, прес-службах, івент-агентствах та ін. Професійні групи та назви робіт, які здатен виконувати фахівець освітнього рівня «магістр» у сфері реклами та PR: начальник відділу з реклами та зв'язків з громадськістю [1234]; генеральний директор (голова, президент, інший керівник) об'єднання підприємств (асоціації, корпорації, концерну, радіокомпанії, телекомпанії, телерадіокомпанії, телерадіо-, інформаційного агентства і т. ін.) [1210.1]; прес-секретар [1234]; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю [1475.4]; консультант з маркетингу [2419.2]; представник з реклами [3429]; журналіст; журналіст мультимедійних видань засобів масової інформації. Кореспондент. Кореспондент власний. Кореспондент спеціальний [2451.2].

Продовження освіти	Можливість навчання за програмою третього циклу (докторський рівень). Навчання впродовж життя для вдосконалення в науковій та інших діяльностях (наприклад, освітня діяльність).
5 – Викладання та оцінювання	
Підходи до викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер. Практичні проводяться в малих групах, поширеними є ситуаційні завдання, ділові ігри, презентації з використанням сучасних засобів мультимедіа. Акцент робиться на особистісному саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати роботи, що сприяє формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя.
Система оцінювання	Поточне опитування, модульний тестовий контроль, реферати, есе, звіти з практики. Обговорення результатів дослідження (в т. ч. апробація результатів: наукові статті та доповіді на конференціях). Підсумковий контроль – екзамен / залік. Підсумкова атестація – захист магістерської кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІНТ)	Здатність розв'язувати задачі дослідницького та / або інноваційного характеру у сфері журналістики.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним. ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК04. Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово. ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК07. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. ЗК09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики. СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми. СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики. СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів. СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефаківців, зокрема до осіб, які навчаються. СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

	СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.
Спеціальні компетентності професійного спрямування	Вибірковий блок 0301 «Творчий інструментарій реклами та PR» СКС1.1. Здатність використовувати нові технології створення медіапродукту. СКС1.2. Здатність розуміти та використовувати механізми впливу наративів на поведінку споживачів. СКС1.3. Здатність тлумачити рекламу як комунікативну діяльність спонукального характеру. Вибірковий блок 0302 «Організація промоційної діяльності» СКС2.1. Здатність досліджувати, узагальнювати і трактувати з власного погляду важливі суспільно-політичні та культурні питання. СКС2.2. Здатність застосовувати мультимедійні технології під час навчання, розроблення творчих проєктів, презентації наукових досягнень СКС2.3. Здатність забезпечувати управлінську діяльність у медійній сфері.
7 – Програмні результати навчання	
	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог. ПРН02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики. ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження. ПРН04. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації. ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. ПРН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. ПРН09. Проводити порівняльний аналіз законодавчої бази та діяльності окремих медіаінституцій України та країн Європейського Союзу. ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій. ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство. ПРН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів. ПРН13. Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

Програмні результати навчання спеціалізації (ПРНС)	Вибірковий блок 0301 «Творчий інструментарій реклами та PR» ПРНС 1.1. Здатність доносити повідомлення до аудиторії через привабливу і продуману візуальну форму; ПРНС 1.2. Здатність писати переконливі тексти з урахуванням специфіки каналу комунікації; ПРНС 1.3. Здатність здійснювати філософський аналіз реклами як семіотичної системи. Вибірковий блок 0302 «Організація промоційної діяльності» ПРНС 2.1. Здатність планувати і втілювати заходи подієвого характеру як способу просування у сфері культури. ПРНС 2.2. Здатність створювати, редагувати, контролювати та організовувати вебсайти. ПРНС 2.3. Здатність ефективно організовувати діяльність із виробництва, просування та реалізації медійної продукції та забезпечувати стійкий розвиток підприємств.
Комунікація (КОМ)	КОМ1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності. КОМ2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.
Автономія і відповідальність	АіВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах. АіВ2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та / або груп осіб, здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Весь викладацький склад має освіту, яка відповідає профілю викладання ними дисциплін. Усі викладачі, задіяні у навчальному процесі підготовки фахівців ступеня магістр, відповідають не менш ніж чотирьом умовам, які застосовуються до визнання кваліфікації (п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності). З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники 1 раз у п'ять років проходять стажування.
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних засобів та програмного забезпечення. Заняття проводяться в обладнаних проекторами аудиторіях, а також приміщеннях інших структурних підрозділів інституту (коворкінг-центри, медіатеці та ін.).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	У процесі реалізації програми використовуються електронні матеріали, зокрема викладачів кафедри, відкриті Інтернет-ресурси з використанням системи електронного навчання з електронним навчально-методичним забезпеченням, читальні зали бібліотеки.

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Угоди про співпрацю з університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	Угоди про співпрацю з польськими навчальними закладами: 1. <i>Instytut Techniczny Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jana Grodka w Sanoku.</i> 2. <i>Crakow University of Technology (CUT).</i> 3. <i>Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (WSliZ)</i>

	3. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigońa w Krośnie. 4. Instytut Papiernictwa i Poligrafii Politechniki Łódzkiej 5. Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	На загальних умовах

2. Розподіл змісту освітньо-професійної програми за групами компонентів та циклами підготовки

№	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувачів вищої освіти (кредитів/%)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	Цикл загальної підготовки	3/33	3/33	6/66
2	Цикл професійної підготовки	63/70	21/23,4	84/93,4
Всього за весь термін навчання		66/77,3	24/26,7	90/100

3. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

№	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кредити ЕКТС	Форми контролю
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
OK1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	диф. залік
Всього за цикл		3	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
OK2	Креатив у рекламі (практикум)	6	іспит
OK3	Організація рекламних та PR-проектів	6	іспит
OK4	Репутаційні та антикризові PR-технології	6	іспит
OK5	Соціально-правозахисна журналістика	4	іспит
OK6	Цифрові технології в медіа	5	диф. залік
OK7	Практикум з фахових дисциплін	4	іспит
OK8	Практикум з фахових дисциплін КР	2	диф. залік
OK9	Практика за темою магістерської кваліфікаційної роботи	21	диф. залік
OK10	Виконання магістерської роботи	7,5	
OK11	Захист магістерської роботи	1,5	
Всього за цикл		63	
Всього за обов'язкові компоненти		66	
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
Всього		3	диф. залік

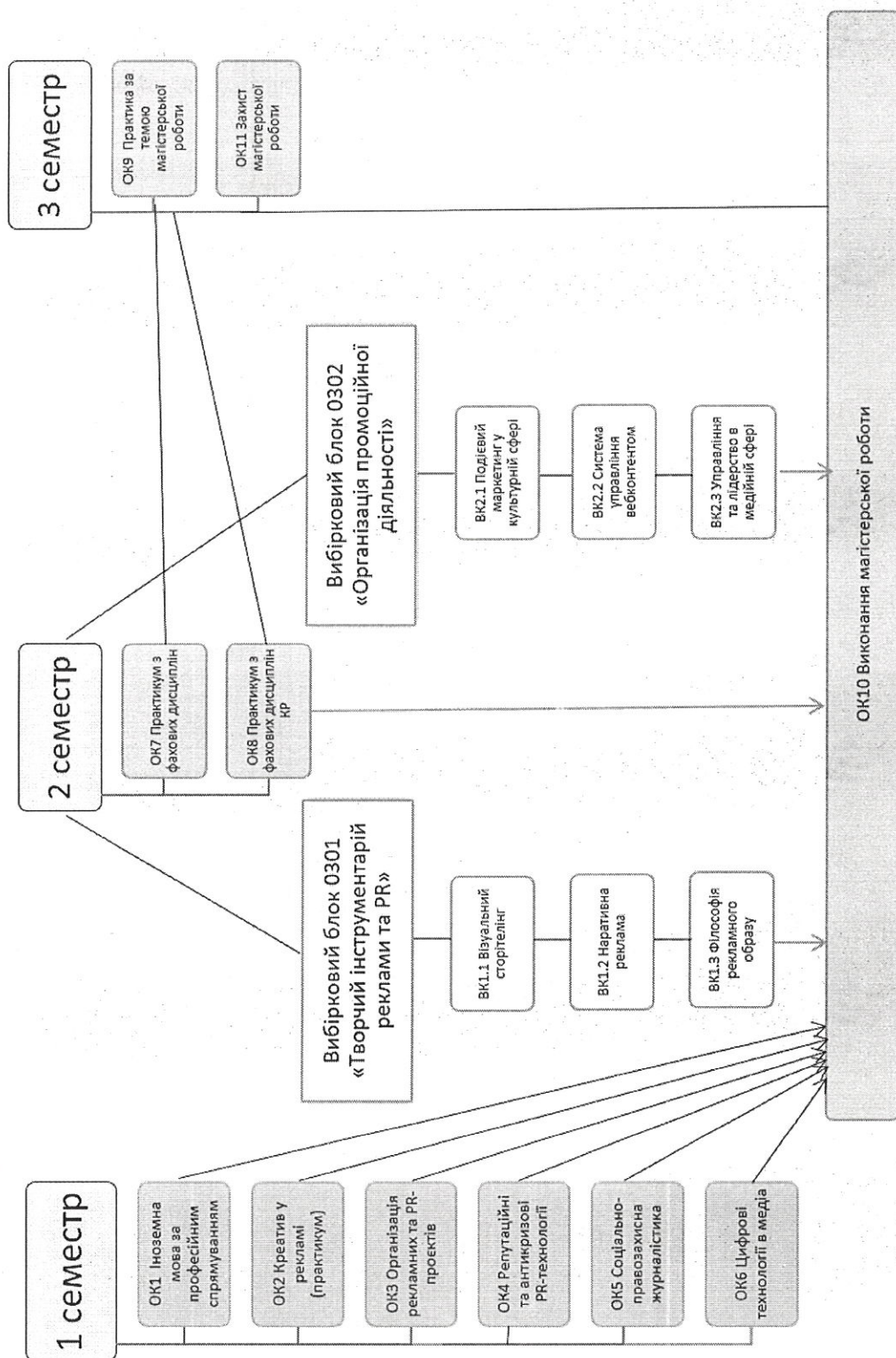
Цикл професійної підготовки			
<i>Всього</i>		5	диф. залік
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Вибіркові блоки компонентів			
<i>Вибіркові компоненти блоку 0301 «Творчий інструментарій реклами та PR»</i>			
BK1.1	Візуальний сторітелінг	6	іспит
BK1.2	Наративна реклама	5	диф. залік
BK1.3	Філософія рекламного образу	5	диф. залік
<i>Всього</i>		16	
<i>Вибіркові компоненти блоку 0302 «Організація промоційної діяльності»</i>			
BK2.1	Подієвий маркетинг у культурній сфері	5	диф. залік
BK2.2	Система управління вебконтентом	5	диф. залік
BK2.3	Управління та лідерство в медійній сфері	6	іспит
<i>Всього</i>		16	
<i>Всього за вибіркові компоненти</i>		24	
<i>Всього за освітньо-професійну програму</i>		90	

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація здійснюється у формі публічного захисту магістерської роботи
<i>Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи</i>	НУ «Львівська політехніка» розробляє та затверджує: 1) положення про екзаменаційну комісію; 2) положення про виявлення та запобігання академічному плагіату; 3) порядок перевірки кваліфікаційних магістерських робіт на плагіат; 4) нормативи унікальності текстів кваліфікаційних робіт магістрів. Атестація осіб, які здобувають ступінь магістра, здійснюється ЕК, до складу якої включаються представники роботодавців. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Кваліфікаційна робота магістра допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений університетом. Вимоги до кваліфікаційної роботи: Кваліфікаційна робота передбачає наукове дослідження актуальних проблем в галузі журналістики, PR та реклами (має теоретичне значення) та/або в розробці якого зацікавлені установи, організації або підприємства (має практичну значимість). Стан готовності кваліфікаційної роботи здобувача ступеня вищої освіти магістра до захисту визначається науковим керівником. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання магістром його індивідуального навчального плану. Кваліфікаційна робота є документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома. Кваліфікаційна робота магістра є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно до профілю обраної спеціальності. Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічному плагіату

	кваліфікаційні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті університету «Львівська політехніка». У процесі публічного захисту претендент на ступінь магістра повинен показати вміння чітко й упевнено викладати зміст виконаних досліджень, аргументовано відповідати на запитання і вести дискусію. Доповідь студента повинна супроводжуватися презентаційними матеріалами та магістерською роботою, призначеними для загального перегляду. Ухвалення експертною комісією рішення про присудження ступеня магістра з рекламних та ПР-комунікацій, видання диплома магістра за результатами підсумкової атестації студентів оголошуються того ж дня після оформлення в установленому порядку протоколів засідань експертної комісії.
--	---

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
дескрипторам НРК (за 7-м, магістерським, освітньо-професійним рівнем)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	Зн1. Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Ум1 Розв'язання складних не передбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Ав1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у передбачуваних умовах Ав2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб
Загальні компетентності				
ЗК1	Зн1	Ум1	К2	Ав1
ЗК2	Зн1, Зн2		К1	Ав1
ЗК3		Ум1	К2	
ЗК4	Зн1		К2	
ЗК5	Зн2	Ум1	К1, К2	Ав2
ЗК6	Зн1	Ум1	К1	
ЗК7		Ум1	К2	
ЗК8	Зн1		К1	Ав2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1	Зн1,	Ум1		
СК2			К1, К2	
СК3	Зн2	Ум1	К2	
СК4				Ав1,
СК5	Зн2		К2	
СК6		Ум1	К2	Ав2
СК7	Зн1			
СК8	Зн2		К2	
СК9		Ум1		Ав1
СК10	Зн2			Ав2

ЗМІНИ ДО СТРУКТУРИ ТА ЗМІСТУ
освітньо-професійної програми «Рекламні та PR-комунікації»

Предмет змін	Зміни	
	2025	2026
Члени робочої групи	Вивести із членів робочої групи здобувача освіти, магістранта 2-го курсу групи РКРК-21 Капралю Данила	Ввести до робочої групи здобувача освіти, магістранта 1 курсу групи РКРК-11 Зозулю Владислава
Програмні результати навчання спеціалізації	ПРНС 1.1. Здатність доносити повідомлення до аудиторії через привабливу і продуману візуальну форму	ПРНС 1.1. Здатність прогнозувати реакцію різних соціальних груп на специфічні комунікаційні подразники
	ПРНС 1.3. Здатність здійснювати філософський аналіз реклами як семіотичної системи.	ПРНС 1.3. Здатність створювати образ бренду, який викликає довіру в людей і виділяє компанію серед конкурентів
	ПРНС 2.2. Здатність створювати, редагувати, контролювати та організовувати вебсайти.	ПРНС 2.2. Вміння будувати бренд, використовуючи психологічні тригери для трансформації поведінки споживача
Спеціальні компетентності професійного спрямування	СКС 1.1. Здатність використовувати нові технології створення медіапродукту	СКС 1.1. Здатність пояснювати механізми взаємовпливу реклами та соціальної структури суспільства
	СКС 2.2. Здатність застосовувати мультимедійні технології під час навчання, розроблення творчих проєктів, презентації наукових досягнень	СКС 2.2. Здатність оптимізувати психологічний вплив рекламних та PR-повідомлень для досягнення цілей бренду
Перелік компонент освітньої складової	ОК4 Репутаційні та антикризові PR-технології	ОК 4 Репутаційні PR-технології
	ОК6 Цифрові технології в медіа	ОК6 Антикризовий менеджмент та брендова стійкість

освітньо-професійної (наукової) програми	ВК1.1 Візуальний сторітелінг	ВК1.1 Соціальна динаміка в рекламно-комунікативних практиках
	ВК 1.2 Наративна реклама	ВК 1.2 Наративна реклама (практикум)
	ВК 1.3 Філософія рекламного образу	ВК 1.3 Образна комунікація бренду
	ВК 2.2 Система управління вебконтентом	ВК 2.2 Поведінкова психологія в рекламі та PR
Матриця зв'язків програмних компетентностей із компонентами освітньо-професійної програми		Зроблено уточнення в «Матриці зв'язків програмних компетентностей із компонентами освітньо-професійної програми» (додаток 1 до цих змін)
Матриця відповідності програмних результатів навчання (ПРН) компонентам освітньо-професійної програми		Зроблено уточнення в «Матриці відповідності програмних результатів навчання (ПРН) компонентам освітньо-професійної програми» (додаток 2 до цих змін)
Структурно-логічна схема		Уточнено структурно-логічну схему, відповідно до зміненої ОК 2.2 (додаток 3 до цих змін)

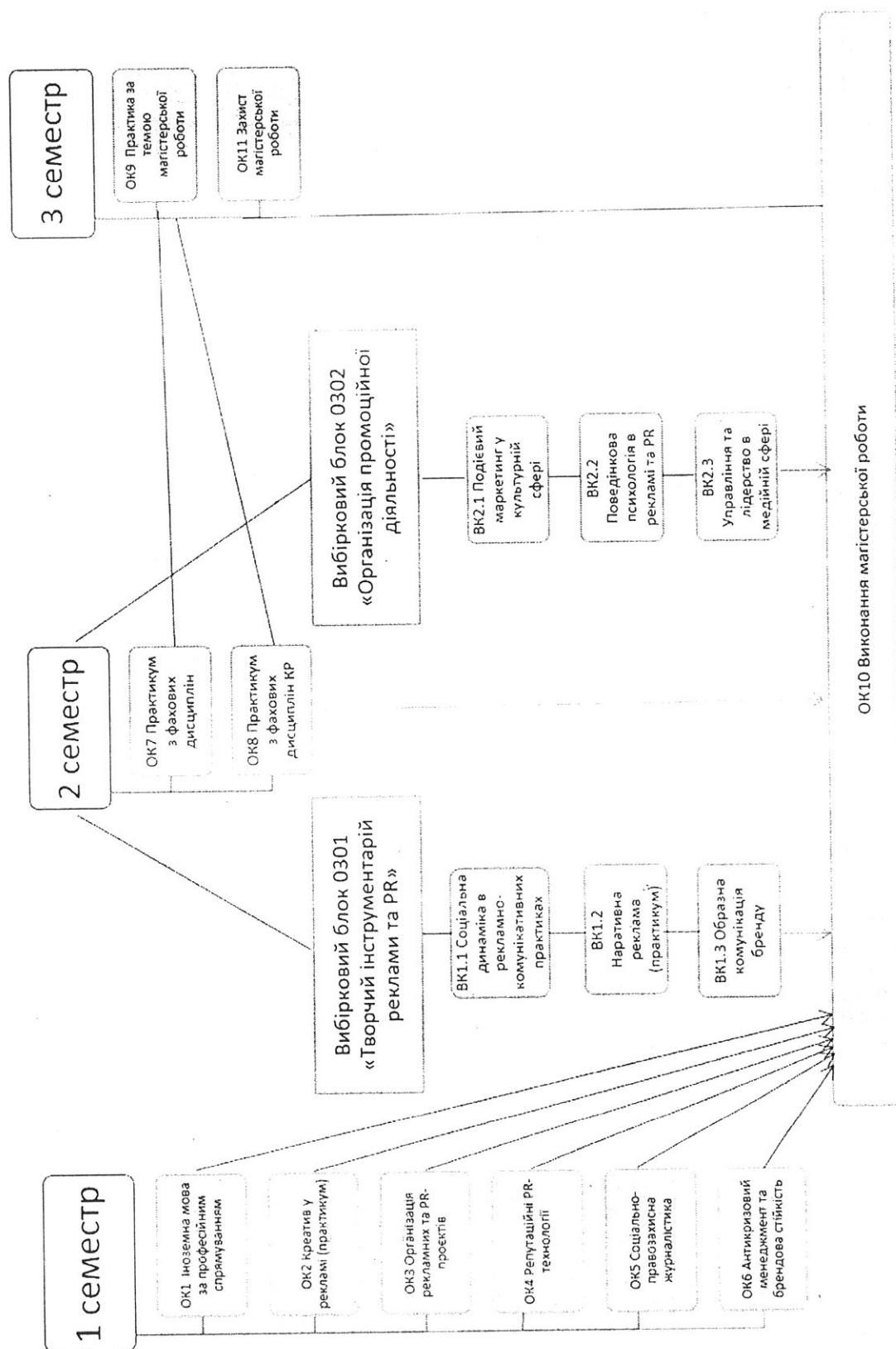
Дата 22 грудня 2025 р.

Гарант ОПП
«Рекламні та PR-комунікації»
спеціальності «Журналістика»



Ольга МИХАЙЛОВИЧ

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



Матриця зв'язків програмних компетентностей із компонентами освітньо-професійної програми

[illegible]

Матриця відповідності програмних результатів навчання (ПРН) компонентам освітньо-професійної програми

[illegible]

**Компоненти освітньо-професійної програми «Рекламні та PR-комунікації»
другого рівня вищої освіти**

Семестр	Назва дисципліни	К-сть кредитів	Форма контролю	Лекції	Прак тичні	Лабора торні	Кафед ра
	Обов'язкові						
1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	залік		30		
	Креатив у рекламі (практикум)	6	екзамен	30	30		МІКС
	Організація рекламних та PR-проектів	6	екзамен	30	30		МІКС
	Репутаційні PR-технології	6	екзамен	30	30		МІКС
	Соціально-правозахисна журналістика	4	екзамен	15	30		МІКС
	Анкризовий менеджмент та брендова стійкість	5	залік	15	30		МІКС
2	Практикум з фахових дисциплін	4	екзамен		60		МІКС
	Практикум з фахових дисциплін КР	2	залік				МІКС
3	Практика за темою магістерської кваліфікаційної роботи	21	залік				МІКС
	Виконання магістерської роботи	7,5					МІКС
	Захист магістерської роботи	1,5					МІКС
	Вибіркові						
2	Дисципліна вибору загальна	3		15	15		
	Дисципліна вибору професійна	5		15	30		
	Блок 0301 «Креативні аспекти бренд-комунікацій»						
2	Соціальна динаміка в рекламно-комунікативних практиках	6	екзамен	30	30		МІКС
	Наративна реклама (практикум)	5	залік	30	30		МІКС
	Образна комунікація бренду	5	залік	15	30		МІКС
	Блок 0302 «Організація промоційної діяльності»						
2	Подієвий менеджмент у культурній сфері	5	залік	15	30		МІКС
	Поведінкова психологія в рекламі та PR	5	залік	15	30		МІКС
	Управління та лідерство в медійній сфері	6	екзамен	30	30		МІКС