

**ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо проходження масмедійної, рекламної та PR-агенційної навчальної та
переддипломної практик
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми «Журналістика» за спеціальністю 061
Журналістика
галузі знань 06 Журналістика**

Уклала: Наталія Димніч

Навчальна практика, без сумніву, є одним з найефективніших методів професійної підготовки журналістів, рекламістів та фахівців з піару. Така форма засвоєння навиків, необхідних при створенні фахових матеріалів для газет, теле- і радіопередач, інтернет-видань, рекламних проєктів, рекламних та піар стратегій дає можливість студентам закріпити теоретичні знання та застосувати їх на практиці.

Знання щодо редакційної та літературної творчості студенти здобувають на лекційних та семінарських заняттях під час навчання у вузі. Але тільки на практиці майбутні журналісти, рекламісти та фахівці з піару можуть вдосконалити професійну майстерність як репортери, інтерв'юери, оглядачі, ведучі програм, редактори, рекламісти, піар-менеджери та ін., потрапивши в професійні умови, максимально наближені до тих, у яких їх колись доведеться працювати. Крім того, вони матимуть можливість робити свої перші практичні кроки у журналістиці, рекламі та піарі під керівництвом корифеїв цієї професії.

Навчальний план передбачає масмедійну, рекламну та PR-агенційну навчальну та переддипломну практики.

Контроль за проходженням і якістю практики студентів здійснює викладач – керівник практики, який дбає про те, щоб на студентів-практикантів було видано спеціальний наказ, щоб в запропонованій базі практики, де студенти проходитимуть практику, ними опікувався досвідчений спеціаліст, щоб їм створили належні умови для праці.

Якщо від ЗМІ, рекламних та PR-агенцій, відділів маркетингу тощо є листи-запрошення на практику, то факультетські листи-прохання подають лише, коли йдеться про здібних, талановитих студентів, про практику в найпрестижніших українських мас-медіа, в прес-центрах міністерств, державних структурах. Запрошення – це лист на ім'я завідувача кафедри, виконаний на фірмовому бланку установи, за підписом керівника, зареєстрований у встановленому порядку і завірений круглою печаткою, який подають на кафедру до 15 травня щороку. До 20 травня кафедра передає ці листи-запрошення (з відповідними резолюціями завідувача) відповідальному за розподіл на практику. До 15 червня

відбувається розподіл на виробничу практику, а відповідні документи додають до наказу ректора про практику.

Матеріали кожної практики студента зберігають в окремій папці. На основі цього викладач – керівник практики аналізує й оцінює творчий доробок, керуючись критеріями рівня практичного професійного досвіду студента, журналістської, рекламної та PR майстерності викладу матеріалів, зауважує недоліки.

Матеріали практики повинні бути належно оформлені.

Після закінчення практики студент подає на кафедру:

1. **Характеристику** з місця проходження практики, засвідчену керівником установи(теле- чи радіоорганізації, газети, видавництва, агенства) й спеціалістом - наставником практики. У ній зазначають успіхи і недоліки практиканта.

2. **Звіт** про практику, завірений керівником установи. У цьому документі студент аналізує хід практики, узагальнює позитивний і негативний професійний досвід, набутий за час практики, висловлює зауваження, вказує матеріали, які він підготував до друку (якщо вони не надруковані чи з тих чи інших причин не були реалізовані (реklamні проєкти, PR –стратегії тощо, все одно їх варто долучити до матеріалів практики).

3. **Щоденник** – який допоможе розкрити творчі методи і засоби праці майбутнього журналіста, рекламіста, піарника виявити його рівень самоорганізації, розповідь про успіхи й невдачі. Основна вимога до ведення щоденника – це систематичне ведення і правдивість.

4. **Авторські матеріали**, опубліковані в газеті, передані по радіо чи телебаченню, на інтернет-сайтах, інформагентствах, відділах реклами, тощо, повинні бути завірених керівником практики. Відредаговані матеріали завіряє керівник установи. Студенти, які проходили практику на радіо, рекламних відділах чи телебаченні, повинні подати на кафедру диск із записом матеріалів, які вони підготували під час практики.

На місці практики студентами безпосередньо керує відповідальний працівник установи — досвідчений спеціаліст.

Студенти, які не виконали програми практики, одержали негативний відгук або незадовільну оцінку на захисті, скеровуються повторно на практику в період студентських канікул або відраховуються з університету.

Масмедійна, рекламна та PR-агнecійна навчальна практика

Масмедійна, рекламна та PR-агнecійна навчальну практику проходять студенти стаціонарної та заочної форми навчання, які успішно закінчили другий курс. Вона триває 2 тижні. Майбутні журналісти та PR-фахівці проходять її в редакційних колективах газет, журналів, інформаційних агентств, у видавництвах, рекламних та маркетингових відділах.

Практикант повинен:

1. Ознайомитися з організаційно-творчою діяльністю редакції, зокрема з плануванням завдань для працівників і робочого дня редакції, контролем за виконанням, обліком і аналізом листів, формами роботи з позаштатними авторами, організацію служби маркетингу і відділу реклами.
2. Дотримуватися техніки безпеки.
3. З'ясувати джерела інформації, засвоїти процеси її збирання, відбору, опрацювання і зберігання.
4. Вивчити особливості регіону, де проходять практику, навчитися спілкуватися з людьми.
5. Вміти готувати матеріали до друку, працювати з кореспонденцією, макетувати газету.
6. Опублікувати не менше трьох власних матеріалів.
7. Виконувати правила внутрішнього розпорядку редакції.
8. Відповідати за виконану роботу і її результати на рівні із штатними працівниками.
9. Розуміти специфіку читацької аудиторії та особливості функціонування друкованих ЗМІ, видавництвах у сучасних ринкових умовах;
10. Вивчити специфіку і досвід роботи редакції радіо.

11 Знати облік і порядок проходження листів, телефонних дзвінків (гаряча лінія), методи роботи над ними і форми їх використання, технічне оснащенням радіостудії.

12 Дотримуватися техніки безпеки.

13 Вивчити процес випуску передач на радіо.

14 Розуміти специфіку слухацької аудиторії і визначити наскільки радіопродукція задовольняють її попит в інформації.

15 Створити не менше 5-ти інформаційних та аналітичних радіоматеріалів: організувати, записати і змонтувати власні матеріали.

16 Готувати редакційні оригінали, відредагувати інформаційні новини.

17 Практично оволодіти засвоєними згідно з навчальним планом інформаційними та аналітичними жанрами.

18 Вивчити специфіку і досвід роботи редакції газети, телебачення, радіо чи інформагентства.

19 Дотримуватися техніки безпеки.

20 Знати облік і порядок проходження листів, телефонних дзвінків (гаряча лінія), методи роботи над ними і форми їх використання.

21 Знати технічне оснащенням телестудії, процес випуску телепрограм на телебаченні.

22 Розуміти специфіку глядацької аудиторії і визначити наскільки телепродукція задовольняє її попит в інформації.

23 Створити не менше 5-ти інформаційних та аналітичних телевізійних матеріалів.

24 Організувати телематеріали.

25 Уміти писати сценарні плани, режисерські та літературні сценарії, знімати, «розшифровувати», монтувати та озвучувати власні матеріали.

26 Готувати редакційні оригінали, редагувати інформаційні новини.

27 Практично оволодіти засвоєними згідно з навчальним планом інформаційними та аналітичними жанрами.

28 Знати технічне оснащення телестудії.

Переддипломна практика

Студенти четвертого курсу стаціонарної та заочної форми навчання проходять 7-тижневу переддипломну практику в ЗМІ, рекламних та PR-агенціях, відділах маркетингу тощо за вибором: телебачення, радіо, преса, Інтернет-видання, прес-агенції, рекламне бюро, рекламна кампанія, відділ маркетингу тощо.

Мета практики – закріпити знання, здобуті при вивченні дисциплін спеціалізації, вдосконалити журналістську, рекламну та PR майстерність перед самостійною роботою у ЗМІ, видавництвах, рекламних агенціях, віділах маркетингу тощо. Ця практика дає можливість засвоїти досвід організації в журналістиці, рекламі та PR роботі значно ширшого масштабу, спробувати себе у складніших фахових випробуваннях. Саме тоді практикант вже має досвід редакційної, рекламної роботи продовжує формувати власний стиль, спеціалізуючись у конкретній тематиці та жанрах.

Крім того, студенти мають можливість створити власні матеріали для бакалаврських робіт у формі захисту власного творчого доробку.

Практикант повинен:

1. Детально знати структуру організації, де він проходить практику, процес її діяльності, організацію роботи, техніку безпеки.
2. Вміти організувати процес підготовки та випуску власних проєктів.
3. Знати обов'язки менеджера кампанії.
4. Як розробити, виготовити та розповсюдити рекламну продукцію, продукцію для телебачення, чи радіо, чи преси.
5. Тенденції в царині реклами на обласному, районному та загальнодержавному рівнях.
6. Уміти збирати, вивчати, опрацьовувати і систематизовувати матеріали для бакалаврської роботи.
7. Виконувати організаторську роботу в установі проходження практики.
8. Опрацьовувати кореспонденцію.

9. Редагувати журналістські, рекламні матеріали.
10. Підготувати та впровадити не менше 10-ти матеріалів.
11. Розробити пропозиції щодо вдосконалення роботи колективу.
12. Виступити на планірці основним оглядачем роботи установи.
13. Особливу увагу приділити оволодінню комп'ютерним оснащенням.
14. Ознайомитися із специфікою функціонування ЗМІ, рекламних та PR-установ у сучасних ринкових умовах.
15. Внести чіткі пропозиції щодо вдосконалення роботи ЗМІ, рекламних та PR-установ, де проходив практику.

Додаток 1

Схема звіту про практику

Звіт

студента/студентки кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Заклад вищої освіти «Університет Короля Данила»

1. Де проходив (-ла) практику (прізвище, ім'я та по батькові керівника).
2. Які функції виконував (-ла) в установі.
3. Хто керував практикою в установі.
4. Чи план практики був складений відповідно до її програми і специфіки відділу чи редакції. Як виконував(-ла) запланован(вказати, що зроблено, що не реалізовано і чому саме)?
5. Які матеріали за час практики написані з власної ініціативи, а які — за завданням установи. Як оцінила установа матеріали практиканта(-ки).
6. Коротко охарактеризувати методику підготовки і написання матеріалів.
7. Які труднощі виникали під час практики, чи доводилося долати їх самостійно чи з допомогою штатних працівників.
8. У яких заходах довелося взяти участь.

Бланк титульного листа звіту про проходження практики

ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Звіт

про проходження масмедійної, рекламної та PR-агенційної навчальної практики

студента (-ки) суспільних і прикладних наук

спеціальності Журналістика

спеціалізації «Реклама та зв'язків з громадськістю»

(прізвище, ім'я, по батькові)

База практики _____

Термін практики _____

Керівник практики від кафедри _____

Звіт затверджую

_____ (керівник практики від бази практики)

_____ (посада, прізвище, ініціали)

_____ (підпис)М.П.

« ____ » _____ 20__ р.

Івано-Франківськ, 2021 р.

Додаток 2

Правила ведення й оформлення щоденника

1. Щоденник – основний документ студента під час проходження практики.
2. Під час практики студент щодня коротко повинен записувати в щоденник усе, що він зробив за день для виконання календарного графіка проходження практики. Докладні записи веде в робочих зошитах, які є продовженням щоденника.
3. Після закінчення практики щоденник разом зі звітом має бути переглянутий керівниками практики, які складають відгуки й підписують його.
4. Оформлений щоденник разом зі звітом студент повинен здати на кафедру.
5. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

Студента (-тки) _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет _____

(назва факультету)

Кафедра _____

(назва кафедри)

Освітній ступінь _____

(назва освітнього ступеня)

Спеціальність _____

(назва спеціальності)

Освітня програма _____

(назва освітньої програми)

_____ курс, група _____

Студент (-тка) _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Прибув (-ла) на підприємство, в організацію, установу _____

Печатка

підприємства, організації, установи

«__»_____20__року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув (-ла) з підприємства, організації, установи_____

Печатка

підприємства, організації, установи

«__»_____20__року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Календарний графік проходження практики

[illegible]

Керівники практики:

від закладу вищої освіти

(підпис)

(прізвище та ініціали)

від підприємства, організації, установи

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Робочі записи під час практики

[illegible]

Відгук і оцінка роботи студента на практиці

(назва підприємства, організації, установи)

[illegible]

Керівник практики від підприємства, організації, установи

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Печатка

«__» _____ 20__ року

Відгук осіб, які перевіряли проходження практики

Висновок керівника практики від ВНЗ про проходження практики

Дата складання заліку «____» _____20__року

Оцінка:

за національною шкалою _____
(літерами)

кількість балів _____
(цифрами і літерами)

за шкалою ECTS _____

Керівник практики від закладу вищої освіти

(підпис)

(прізвище та ініціали)