

## Відповідь ЗВО

### на проєкт експертного висновку ГЕР АС №0356/АС-20 ID6620

Ректорат Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка загалом погоджується з проєктом експертного висновку ГЕР про результати акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів «Реклама та зв'язки з громадськістю» з галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика (справа № 0356/АС-20). Разом з тим, ректорат звертає увагу ГЕР на таку доповнену і уточнену інформацію.

Щодо рішення ГЕР про рівень відповідності ОП критерію 2 "Структура та зміст освітньої програми" – Е зазначимо у відповідності до окреслених підпунктів.

2.1. ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» (2019 р.), яка підлягає акредитації, а також проєкт аналогічної освітньої програми (2020 р.) оприлюднені на вебсайті ЗВО (URL: <https://drive.google.com/file/d/1rW6LQvd-OOOMYwKYqXNOk-dEZOobBbj0/view>; URL: <https://drive.google.com/file/d/1u3ekfyiiTHSiQrIJJwmGM2F6ctNzO4V5/view>) і містять опис вимог до атестації здобувачів вищої освіти, зокрема виконання кваліфікаційної роботи, що повністю відповідає нормативам стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 Журналістика для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (наказ МОН України від 20.06.2019 р. №864).

2.2. Відповідно до наказу «Про розробку освітньо-професійних програм і навчальних планів» Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка від 28 лютого 2019 року № 22-ОД та «Методичних рекомендацій з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в К-ПНУ імені Івана Огієнка» на навчальні дисципліни планувалося не менше 4 кредитів ЄКТС і не більше 8 дисциплін на семестр. Проєктна група визначила навчальні дисципліни «Практика рекламної діяльності», «Брендинг», «Реклама в мас-медіа та Інтернеті», «Організація рекламної та PR-діяльності», «Інтернет-маркетинг», «Новітні медіа», у межах вивчення яких здійснюється підготовка фахівців, спроможних виконувати новітні професійні функції в сучасних інформаційних умовах, зокрема SMM, бренд-стратег, digital-редактор тощо. У навчальному плані 2020 року перелік таких дисциплін розширено (додано навчальну дисципліну «Маркетингові комунікації» та на 4,5 кредити збільшено практику).

ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» належить до галузі знань 06 Журналістика та спеціальності 061 Журналістика. До СВО з цієї спеціальності включені найбільш загальні компетентності журналіста як фахівця в галузі соціальних комунікацій, що об'єднує його з іншими фахівцями цієї галузі, про що зазначено у Пояснювальній записці СВО. Тому проєктною групою до ОП і навчального плану було включено навчальні дисципліни, які дають здобувачам вищої освіти поняття про журналістику, соціальні комунікації в різних їхніх виявах і видах, продукти соціального комунікування. Наявність навчальної дисципліни «Українська мова (у професійному спілкуванні)» обумовлена необхідністю набуття такої

компетентності, як здатність спілкуватися державною мовою (ЗК 11 у СВО) та уміння вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою (ПРН 11 у СВО). В ОП та навчальному плані більшість навчальних дисциплін спрямовані на паралельне вивчення реклами та зв'язків з громадськістю («Теорія і методика рекламної творчості та PR», «Історія реклами та PR», «Зарубіжна реклама і PR» тощо). Також є дисципліни, спрямовані безпосередньо на вивчення реклами чи зв'язків із громадськістю («Теорія реклами» – 4 кредити, «Теорія PR» – 6 кредитів, «Практика рекламної діяльності» – 5 кредитів, «Практика PR-діяльності – 6 кредитів тощо). Освітні компоненти в межах реклами та зв'язків з громадськістю в ОП загалом урівноважено за рахунок відповідної кількості кредитів, виділених на вивчення кожної галузі. Буде зацентровано також увагу на збільшенні компонентів ОП, відповідальних за формування компетентностей у сфері зв'язків з громадськістю.

Щодо кореляції загальних і спеціальних компетентностей з ПРН, розуміємо, що останні мають охоплювати, насамперед, обов'язкові освітні компоненти, а також, й вибіркові (по суті так і є), а не лише забезпечуватися суто за рахунок дисциплін вільного вибору студента, тому вважаємо цю помилку технічною. Наприклад, в Матриці забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами ОПП зазначено, що ПРН 22 (Створювати та розробляти власні креативні проекти у галузі реклами та зв'язків з громадськістю, оцінювати ефективність рекламної діяльності та окреслювати шляхи щодо її покращення) забезпечує вибірковий компонент ПП27 (Креатив у рекламі та PR), в той час, як зазначений ПРН забезпечується, по суті, й такими освітніми компонентами професійної підготовки нормативної частини ОП, як ПП13 (Практика), ПП 14 (Курсова робота з сучасної реклами і PR), ПП 15 (Курсовий проєкт), ПП 16 (Дипломна робота).

2.3. У навчальному плані 2019 року визначені дисципліни вибору навчального закладу згідно з «Методичними рекомендаціями з розробки навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти в К-ПНУ імені Івана Огієнка» від 28 лютого 2019 року № 22-ОД. З 2020 року практику виокремлення вибіркових дисциплін у дисципліни вибору навчального закладу припинено.

2.4. У навчальному плані 2020 року в частині вибіркових дисциплін передбачені навчальні дисципліни «Маркетингові комунікації», «Мерчандайзинг», «Event-менеджмент», у виборі з каталогу – «Цифровий маркетинг», SMM-технології та ін.

2.5. Університет працює над розширенням й урізноманітненням практичної підготовки студентів. У навчальному плані 2021 р. змінено кількісне співвідношення лекційних і практичних занять на користь практичної складової.

2.6. Університет запрошуватиме на зустрічі зі студентами не лише журналістів, але й фахівців зі сфери реклами та PR.

2.7. Професійний стандарт за спеціальністю «Журналістика» затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 864 від 20.06.2019 р. "Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 "Журналістика" для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти". Зміст освітньої програми враховує вимоги відповідного професійного стандарту.

2.8. Здобувачі вищої освіти постійно інформуються щодо змістовного наповнення курсів, можливості вибору тих чи тих дисциплін, змін обсягу окремих освітніх компонентів. Змістове наповнення курсів відображене в анотаціях, силабусах і робочих програмах навчальних дисциплін, розміщених на вебресурсах університету, факультету української філології та журналістики, кафедри журналістики, системи електронного навчання (MOODLE).

2.9. ОП зорієнтована на поступове впровадження елементів дуальної системи навчання у відповідності до роз'яснень її змісту МОН України. Послідовно зменшується частка теоретичного навчання на користь збільшення виробничого навчання і виробничої практики. Упроваджується блочно-модульна організація навчального процесу зі збалансованим поєднанням теорії та практики. Результати навчання здобувачів вищої освіти оцінюються з обов'язковим урахуванням їхньої реальної професійної підготовки.

Щодо рішення ГЕР про рівень відповідності ОП критерію 6 "Людські ресурси" – Е повідомляємо таке.

6.1. ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» в університеті реалізується вперше, колектив кафедри журналістики наполегливо працює над розширенням видів і результатів професійної діяльності відповідно до п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Викладачі планово проходять підвищення кваліфікації, публікують навчальні посібники і наукові праці з PR. Чотири викладачі кафедри журналістики – члени Національної спілки журналістів України. НПП готують до друку праці у фахових виданнях, опублікували роботи за профілем дисциплін, які вони викладають на ОП (О. Лівіцька. Практика PR-діяльності: навчальний посібник). Викладачі кафедри журналістики (О. Колупаєва, О. Почапська) успішно пройшли закордонні стажування за підтримки Федеральної Асоціації Громадянських ЗМІ (Федеративна Республіка Німеччина) і Католицького університету в Ружомберку (Словаччина).

6.2. К-ПНУ імені Івана Огієнка забезпечує прозорість процедур конкурсного відбору викладачів у відповідності до чинних нормативних документів.

6.3. К-ПНУ імені Івана Огієнка постійно залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу (протоколи засідань кафедри журналістики № 1 від 04.01.2018 р.; № 15 від 11.12.2018 р.). Суттєво розширені взаємини з потенційними роботодавцями (рекламні агенції «Kiwi advertising», Outsourcing Team», «Brand Maker»; відділи зі зв'язків з громадськістю «03849.com.ua», «UA: Суспільне»). Усі студенти ОП

отримують позитивні відгуки стейкхолдерів за результатами проходження виробничої практики.

6.4. Залучати до аудиторних занять професіоналів-практиків з галузі реклами та зв'язків з громадськістю досить важко. У регіоні ці види діяльності лише розпочинають свій активний розвиток, а тому серед працівників місцевих рекламних агентств майже відсутні особи з фаховою підготовкою.

6.5 Активно використовувалась система неформальної освіти (онлайн-курс з брендингу; семінар з методології створення й управління брендом; онлайн-курс зі створення та інтерпретації реклами «Advertising and society» від Дюкського університету (США); науково-практичний круглий стіл «Громадянські медіа / BÜRGERLICHEN MEDIEN»). Викладачами кафедри завершена організаційна робота з підготовки проєкту «Реклама Vs Реклама: вдалий образ = монетизований бренд (тренінги, воркшопи, майстер-класи)».

6.6. В університеті щорічно проводяться конкурси «Викладач року», конкурс «Молодий викладач року». У різні роки в цих конкурсах брали участь НПП кафедри журналістики – О. Почапська (І місце в університетському конкурсі 2010), О. Колупаєва (перемога у факультетському етапі конкурсу 2016). Переможці конкурсів нагороджуються почесними грамотами і грошовими преміями відповідно до «Положення про преміювання працівників Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка».

Ректор

С.А. Копилов