

Міністерство освіти і науки України
Житомирський державний університет імені Івана Франка

Кафедра журналістики, реклами та PR

Методичні рекомендації
щодо проходження навчальної практики
в електронних засобах масової інформації
та рекламних агенціях
і підготовки звіту
для здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
спеціальності 061 «Журналістика»

Житомир
Вид-во ЖДУ ім. І. Франка
2022

УДК 070.85(07)

М 54

*Рекомендовано до друку Вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(протокол № 10 від 24 червня 2022 р.)*

Рецензенти:

Мудра Ірина Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації Національного університету «Львівська політехніка»

Паславський Ігор Іванович, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри української преси факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка

М 54 Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях і підготовки звіту для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика». / Укладачі: О. В. Богуславський, К. В. Дюжева, З. В. Партико. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. – 2022. – 24 с.

Розглянуто на засіданні кафедри журналістики, реклами та PR
протокол № 9 від 20.05.2022 р.

Рекомендовано науково-методичною радою інституту журналістики та філології,
протокол № № 7 від 25.05.2022 р.

Рекомендовано науково-методичною радою ЖДУ ім. І. Франка,
протокол № № 10 від 24.06.2022 р.

Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях і підготовки звіту для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня II курсу спеціальності 061 «Журналістика». Розкрито організаційні питання виробничої практики у медіа, вимоги до етапів проходження практики, підготовки звітних матеріалів, критеріїв оцінювання тощо.

Методичні рекомендації підготовлені на допомогу здобувачам вищої освіти, а також викладачам, які є керівниками і організаторами практичної підготовки студентів.

УДК 070.85(07)

© Житомирський державний університет ім. І. Франка

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Загальні положення	6
1.1. Мета та завдання навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях.....	6
1.2. Компетентності та результати навчальної практики	7
2. Програма навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях	9
2.1. Інтернет-журналістика.....	9
2.2. Рекламні агенції.....	11
3. Форми та методи контролю	12
3.1. Вимоги до звітної документації	12
3.1.1. Підведення підсумків практики.....	12
3.1.2. Оформлення документації.....	13
4. Критерії оцінювання здобувачів вищої освіти.....	14
5. Методичні рекомендації.....	15
6. Рекомендована література	15
Додатки	17

ВСТУП

Навчальна журналістська практика – обов’язкова складова освітнього процесу. Це поглиблене знайомство студента з особливостями праці журналіста та виконанням ним редакційних завдань, структурою редакції газети, радіокомпанії, телеканалу (телекомпанії, телестудії), Інтернет-видання. Це поступовий і усвідомлений вступ студента-журналіста до майбутнього фаху.

Навчальна журналістська практика в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях тісно пов’язана зі змістом академічних курсів. Вони залучають студентів до активної взаємодії з Інтернет-ресурсами для удосконалення у майбутніх журналістів навичок формування правильних запитів, пошуку необхідної інформації у мережі (сайт Головного територіального управління юстиції в Житомирській області (ztjust.gov.ua), база даних по підприємствах України (ua-region.com.ua), web-сторінки медіа-ресурсів Житомирщини в Інтернеті та соціальних мережах), а також дає змогу не тільки глибше засвоїти знання про газетно-журнальні та електронні ЗМІ, а й перевірити свої вміння.

Практика – важливий елемент підготовки будь-якого фахівця, надзвичайно важлива складова навчального процесу. Особливої ваги набуває роль практики для здобувача журналістської освіти. Причина цього полягає у креативній складовій, творчій компоненті цього фаху, який є немислимим без щоденного практичного самовдосконалення. Журналістика не тільки забезпечує поєднання теоретичної підготовки майбутнього фахівця з його практичною діяльністю, але й сприяє формуванню творчого ставлення майбутнього журналіста до професії, визначає ступінь його професійної зрілості та сприяє обранню напрямку спеціалізації у журналістиці. Набуті в університеті теоретичні знання ніколи прямо не переростають у журналістську досконалість, у компетентне та якісне письмо, неповторний авторський почерк поряд з готовністю та майстерним підходом до справи готувати та випускати газету, теле- чи радіопередачу, Інтернет-видання, розробляти маркетинговий план, створювати й розміщувати рекламу. Здібності та життєвий досвід студента-практиканта, його залученість до розробки чергового випуску видання або оновленої стрічки новин, контенту для Інтернет-ЗМІ допомагають шліфувати майстерність журналіста і, таким чином, готувати його до майбутньої трудової діяльності.

Неоціненним внеском здобувача журналістської освіти у власне майбутнє є максимальне перебування «у полях», у процесі розв’язання редакційних завдань та пошуку нової інформації. Цей процес не є, однак, самодостатнім, а має підкріплюватися вивченням в стінах університету профільних дисциплін, участю здобувачів освіти у підготовці та випуску університетської газети. Також допоміжним засобом є і студентське радіо, і ютуб-канал, яким повністю самостійно опікуються здобувачі освіти. Все це дає чудову нагоду вже з перших днів навчання в університеті відчувати творчий вир майбутнього фаху, зануритися у креативне

мікромедіасередовище альма матер. З допомогою керівників практики та викладачів кафедри журналістики, реклами та PR студенти роблять свої перші кроки як журналісти.

Процес формування і вдосконалення професійних умінь і навичок триває протягом усього періоду навчання в університеті, а потім – під час самостійної професійної діяльності.

Практика у будь-якій сфері, і особливо – у журналістиці є неодмінним атрибутом професійного становлення спеціаліста. Застосовуючи набуті в університеті теоретичні знання, здобувач вищої освіти прибуває на базу проходження практики вже озброєним, і має можливість власними зусиллями, за допомогою індивідуальних комунікативних навичок та наставницької підтримки керівників практики, повністю відчувати себе членом журналістського колективу, редакції, агенції тощо. Попередньо набуті знання, вміння та навички дають змогу реалізувати власний потенціал і спробувати власні сили у пошуку та оформленні інформації з подальшою трансляцією або ж публікацією її реципієнту.

Перші спроби, не завжди вдалі, таким чином шліфуються, недоліки – виправляються, здобутки – схвалюються і перетворюються на майстерну та якісну журналістику. Як показує досвід, синтез університетського базового знання та практичних умінь, за умови контрольованого та керованого досвідченим фахівцем процесу практики, приносить гарні плоди. Так, активні здобувачі освіти виходять зі стін університету вже адаптованими до майбутньої роботи у галузі журналістики, адже уже можуть надати потенційному роботодавцю зразки своїх творчих здобутків у вигляді численних журналістських матеріалів різного жанру. Не менш важливими є і загальний високий рівень ерудиції, правильні життєві та соціальні установки, які виносять зі стін університету його випускники, а саме доброзичливе ставлення до усього, що їх оточує, небайдужість і бажання покращити світ довкола себе через постачання журналістської інформації.

Проведення навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика» регламентується Положенням про практики здобувачів вищої освіти Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Навчально-методичне керівництво здобувачами вищої освіти під час проходження ними навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях забезпечує кафедра журналістики, реклами та PR у терміни, передбачені навчальним планом і графіком навчального процесу.

Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях підготовлені на допомогу здобувачам вищої освіти першого (бакалаврського) рівня II курсу за спеціальністю 061 «Журналістика», а також викладачам, які є керівниками і організаторами практичної підготовки студентів.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Мета та завдання навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях

Мета практики:

Вивчити структуру та організацію роботи редакцій електронних засобів масової інформації та рекламних агенцій.

Метою навчальної практики студентів-журналістів на кафедрі журналістики, реклами та PR ННІ філології та журналістики Житомирського державного університету імені Івана Франка спеціальності 061 Журналістика, згідно з Освітньою програмою підготовки фахівців за напрямом «Журналістика», є наступне:

- 1) «закріпити в умовах, максимально наближених до професійної діяльності, набуті в університеті теоретичні знання та навички;
- 2) засвідчити саме їх необхідність для журналістської творчості, організаційної діяльності, функціонування ЗМІ як підприємства;
- 3) сформувані в студента як у майбутнього фахівця вміння і навички, необхідні для плідної самостійної роботи у сучасних ньюзрумах, редакціях газет, на телебаченні і радіо, в інформаційних агентствах, службах зв'язків з громадськістю на посадах кореспондента, відповідального секретаря, редактора, спеціаліста з PR;
- 4) виробити у здобувача освіти як у майбутнього фахівця сталу звичку продовжувати щоденне навчання в умовах практичної діяльності, засвоювати творчий та організаторський досвід старших колег, вивчати традиції редакційного колективу, форми і методи роботи кожного окремого кореспондента, редактора, головного редактора, робити свої власні узагальнення й висновки, і на підставі цього шукати свій шлях у журналістиці;
- 5) дати студентові можливість випробувати свої творчі здібності та практично виявити їх, написати журналістські твори під керівництвом досвідчених викладачів кафедри, створити своє журналістське портфоліо, виявити ініціативу в плануванні сторінки сайту/ рекламного видання і у його підсумковому аналізі, у пошуку тем для журналістських матеріалів і джерел інформації для їх висвітлення, тобто зробити перші кроки на шляху становлення висококласного спеціаліста в масово-інформаційній діяльності».

Завдання практики:

1. Ознайомитись із організацією роботи новинного сайту (порталу тощо).
2. Ознайомитись із усіма етапами процесу роботи у новинному сайті (порталі).
3. Ознайомитися із структурою та організацією роботи редакції радіо.
4. Ознайомитися із структурою та організацією роботи редакції ТБ.
5. Ознайомитися із структурою та організацією роботи рекламних агенцій.

1.2. Компетентності та результати навчальної практики

За час проходження практики, згідно з вимогами та положеннями Освітньої програми підготовки здобувачів вищої освіти за напрямом 061 Журналістика, студент має набути таких «компетентностей»:

Загальні компетентності

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК07. Здатність працювати в команді.
- ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
- ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.
- ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

- СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- СК02. Здатність формувати інформаційний контент.
- СК03. Здатність створювати медіапродукт.
- СК04. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.
- СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.
- СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

Програмні результати навчання:

- ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
- ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну

- акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
- ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.
- ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.
- ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.
- ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.
- ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
- ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
- ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.
- ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.
- ПР 19. Розуміти і реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ПР 20. Зберігати та примножувати досягнення і цінності суспільства на основі розуміння місця предметної області у загальній системі знань, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя. Розуміти основні принципи здорового способу життя та вміти застосовувати їх для підтримки власного здоров'я та працездатності».

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ В ЕЛЕКТРОННИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА РЕКЛАМНИХ АГЕНЦІЯХ

2.1. Інтернет-журналістика

За час навчальної практики студенти мають з'ясувати відповіді на такі теоретичні питання:

1. Історія видання.
2. Структура редакції.
3. Штат редакційного колективу Інтернет-видання
4. Службові обов'язки працівників редакції Інтернет-видання
5. Джерела інформації для журналістів редакції.
6. Загальні принципи роботи з джерелами інформації.
7. Перевірка даних і виправлення помилок.
8. Відповідність інформації дійсності.
9. Жанрове різноманіття матеріалів Інтернет-видань.
10. Моніторинг Інтернет-видання у мережі серед інших видань.
11. Провести опитування інтернет-аудиторії на предмет оцінки Інтернет-видання і узагальнити дані.
12. Визначити типологію Інтернет-видання за різноманітними ознаками:
 - веб-сайт традиційних ЗМІ, винятково онлайнове видання, інтернет-портал;
 - інтернет-дайджест (збірки новин або статей з інших джерел) чи інформаційне інтернет-ЗМІ (саме продукує і поширює інформацію). Останнє поділяється на інформаційні агентства, мережеві версії традиційних ЗМІ, винятково онлайнове ЗМІ, портали, що належать організаціям, компаніям, органам державного управління тощо;
 - за тематикою: монотематичні, політематичні, універсальні і спеціалізовані видання;
 - за функціональними завданнями: інформаційно-оперативні, аналітичні і розважальні;
 - за типом аудиторії чи географією – загальноукраїнські й регіональні;
 - за наявністю аналогу: власне онлайніві ЗМІ та електронні версії традиційних ЗМІ;
 - за типом контенту: новинарні, коментарійні, змішані, авторські та редакційні;
 - за приналежністю: державні, медійних груп, політичних груп, бізнес-груп, незалежні;
 - за аналогією з традиційними ЗМІ: веб-газета, веб-журнал, мережева версія радіостанції, мережева версія телеканалу, мережеве інформаційне агентство;

- за формами інтерактивності: онлайнне видання, що спілкується з реципієнтами за допомогою форумів, блогів, коментарів, та онлайнне видання, що не використовує можливості двобічного спілкування;
 - за використанням гіперпосилань: видання, які не використовують гіперпосилань (презентаційні сайти офлайнних аналогів); видання, які мають внутрішні посилання (на матеріали свого ж сайту); видання із зовнішніми гіперпосиланнями (на інформацію з інших ресурсів);
 - за наявністю або відсутністю специфічних рис Інтернет-видань: мультимедійність, інтерактивність і гіпертекстуальність.
13. Розробити рекомендації щодо поліпшення тематики, жанрової палітри і оформлення Інтернет-видання.

Під час практики студенти мають **виконати обов'язковий мінімум**:

1. Ознайомитись із організацією роботи редакції Інтернет-видання.
2. Написати історію Інтернет-видання.
3. Написати структуру редакції Інтернет-видання.
4. Ознайомитись із усіма етапами підготовки і випуску інформаційної програми.
5. Спільно з журналістами виїжджати на заходи.
6. Ознайомитись із поданням матеріалів у Інтернет-виданні.
7. Підготувати до оприлюднення не менше 8 матеріалів (рекламного, інформаційних та аналітичних).
8. Записати типологію Інтернет-видання
9. Вивчити аудиторію Інтернет-видання.
10. Опрацювати «зворотній зв'язок» Інтернет-видання.

Індивідуальні завдання для студентів, що претендують на «добре» та «відмінно»

Індивідуальні завдання програми практики створені задля індивідуалізації та більш точного підходу викладачів до оцінювання творчих зусиль здобувачів вищої освіти. Таким чином виокремлюються найбільш обдаровані та наполегливі у своїй практичній роботі студенти, здатні самотійно мислити і бути високосамоорганізованими. Виконання індивідуальних завдань стимулює застосування творчих нахилів, використання наукових знань, практичних умінь зі створення журналістських матеріалів, підвищує комунікативні навички для розв'язання редакційних завдань та реалізації виробничих задач. Це, в свою чергу, виховує активність, ініціативність та самоорганізованість здобувачів вищої освіти, а викладачам дозволяє більш диференційовано підійти до питання оцінювання.

Завдання: зробити аналіз 10 публікацій Інтернет-видання, з'ясувати справжню інформацію щодо події, явища, про яке йде мова, чітко сформулювати тему, проблему, визначити елементарні виражальні засоби, використані у текстах.

2.2. Рекламні агенції

За час навчальної практики студенти мають з'ясувати відповіді на наступні теоретичні питання:

1. Історія агенції.
2. Структура агенції.
3. Штат колективу рекламної агенції
4. Службові обов'язки працівників рекламної агенції
5. Джерела інформації для фахівців рекламної агенції.
6. Загальні принципи роботи з джерелами інформації.
7. Перевірка даних і виправлення помилок.
8. Відповідність інформації дійсності.
9. Жанрове різноманіття рекламних матеріалів.
10. Моніторинг рекламної агенції у мережі серед інших агенцій.
11. Провести опитування інтернет-аудиторії на предмет оцінки рекламної агенції і узагальнити дані.
12. Розробити рекомендації щодо поліпшення роботи рекламної агенції.

Під час практики студенти мають **виконати обов'язковий мінімум**:

1. Ознайомитись із організацією роботи рекламної агенції
2. Написати історію рекламної агенції
3. Написати структуру рекламної агенції
4. Ознайомитись із усіма етапами підготовки і випуску рекламного матеріалу.
5. Разом із фахівцями виїжджати на заходи.
6. Ознайомитись із поданням матеріалів у рекламній агенції.
7. Підготувати до оприлюднення не менше 8 рекламних матеріалів
8. Вивчити аудиторію рекламної агенції
9. Опрацьовувати «зворотній зв'язок» рекламної агенції

Індивідуальні завдання для студентів, що претендують на «добре» та «відмінно»

Індивідуальні завдання програми практики створені задля індивідуалізації та більш точного підходу викладачів до оцінювання творчих зусиль здобувачів вищої освіти. Таким чином виокремлюються найбільш обдаровані та наполегливі у своїй практичній роботі студенти, здатні самостійно мислити і бути високосамоорганізованими. Виконання індивідуальних завдань стимулює застосування творчих нахилів, використання наукових знань, практичних умінь зі створення

журналістських матеріалів, підвищує комунікативні навички для розв'язання редакційних завдань та реалізації виробничих задач. Це, в свою чергу, виховує активність, ініціативність та самоорганізованість здобувачів вищої освіти, а викладачам дозволяє більш диференційовано підійти до питання оцінювання.

Завдання: проаналізувати 10 рекламних матеріалів.

3. ФОРМИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Щоб оцінити творчо-практичні зусилля та досягнення здобувачів вищої освіти, викладачі застосовують наступні методи:

1. Метод спостереження за практикантами з метою аналізу виконання ними робочих завдань (творчі здобутки, вивчення практичного досвіду фахівців).
2. Самооцінка студентами ступеня своєї підготовленості до журналістської діяльності.
3. Аналіз звітних документів здобувачів вищої освіти (звіт про проходження практики, журналістські та рекламні матеріали, створені на базі проходження практики).

3.1. Вимоги до звітної документації

3.1.1. Підведення підсумків практики:

По закінченні навчальної практики студент має подати на кафедру зібрані у папку такі документи:

- 1) оформлений щоденник практики,
- 2) відгук та оцінку діяльності здобувача вищої освіти під час практики з підписом та «микрою» печаткою
- 3) ксерокопії власних матеріалів із зазначенням вихідних даних друкованих ЗМІ,
- 4) виконані інші завдання

Студенти, які проходили практику на радіо або телебаченні, подають електронний носій (диск, флеш-карта), на якому зібрані матеріали навчальної практики.

Результатом практики має стати залік, на якому підводять підсумки та обговорюють досягнення кожного здобувача освіти. Під час призначеного деканатом заліку студент публічно звітується перед комісією, доводячи до її відома інформацію про хід виконання завдань практики та їх результати.

Процедурно залік складається з:

виступу здобувача вищої освіти. Усі присутні заслуховують його доповідь щодо проходження практики. Доповідач вказує як на переваги та достоїнства організації та проведення практики, так і на негативні моменти та невдачі, які могли мати місце під час перебування на базі практики;

доповіді керівника практики від університету, у який ідеться про аналіз проробленої студентом роботи, його журналістські матеріали, звіт та відгук керівників практики від бази практики.

Під час проведення заліку в аудиторії дозволяється присутність журналістів, студентів, викладачів, що характеризують масово-інформаційну діяльність студента.

Звітність практики: залік з навчальної практики виставляється викладачем кафедри журналістики, реклами та PR з урахуванням аналізу заздалегідь, згідно з графіком, поданої звітної документації, виступу здобувача вищої освіти під час захисту та оцінки керівника практики від університету.

3.1.2. Оформлення документації

Форма побудови звіту здобувача вищої освіти про практику є довільною, проте робоча програма практики наголошує на необхідності окреслення певних граней:

1. Назва бази проходження практики (тип, вид видання, адреса розташування редакції, інформація про головного редактора).
2. Відділ, посада практиканта (якщо не був зарахований до штату, яка посада моделювалася в діяльності).
3. Керівник практики (наприклад, журналіст від видавництва/ підприємства/ бази проходження практики (прізвище, посада)).
4. План завдань на період проходження практики, складений на кафедрі журналістики, реклами та PR: міра та успішність його виконання та реалізації. У разі неповного виконання з'ясувати та вказати причину недовиконання.
5. Пояснити, чому саме на ці теми були створені, відповідно до завдань практики, публікації (надати ксерокси сторінок видання з надрукованими матеріалами);
6. Які матеріали написані й надруковані за час практики (надати ксерокси сторінок видання з надрукованими матеріалами):
 - з власної ініціативи;
 - за завданням редакції;
7. Які матеріали були написані, але не надруковані (проаналізувати причини цього, надати роздруківки матеріалів, готові до друку з підписом та печаткою редактора).
8. Оцінка та внутрішній відгук редакції написаним та підготовленим здобувачем вищої освіти матеріалам.
9. Методи організації матеріалів.
10. Структура редакції.
11. Штат редакційного колективу газети
12. Співпраця з журналістом – керівником практики.

13. Співпраця з викладачем – керівником практики.
14. Труднощі та проблеми під час проходження практики, підготовки та оформлення звітних матеріалів. Вказати ступінь вираженості наданої керівником практики допомоги з метою вирішення проблемного питання.
15. Детальний звіт про виконання обов'язкового мінімуму.
16. Участь здобувача вищої освіти у редакційних заходах інформаційного, масово-організаційного та іншого характеру.
17. Які об'єкти відвідав спільно із закріпленим журналістом та як ці питання були висвітлені у газеті.
18. Виконані індивідуальні завдання (роздруковані та підготовлені до друку з підписом та печаткою редактора чи ксерокс вже надрукованих)
19. Фінальне слово доповідача щодо його вражень про організацію та результати практики і побажання щодо покращення та оптимізацію умов проходження практики.
20. Дата, підпис.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Термін виконання	Кількість балів
Виконання завдань практики	протягом практики	30
Виконання індивідуальних завдань	протягом практики	20
Оформлення звітної документації	останній тиждень практики	20
Своєчасність подачі звітної документації	останній день практики	5
Захист практики	у визначеній деканатом час	25
Всього:		100

Шкала оцінювання результатів навчальних практик здобувачів вищої освіти

Оцінка за університетською шкалою	100-бальна шкала оцінювання	Оцінка ECTS
<i>Зараховано</i>	90 – 100	A

	82 – 89	B
	74 – 81	C
	64 – 73	D
	60 – 63	E
<i>Незараховано</i>	35 – 59	FX
	0 – 34	F

5. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Методичне забезпечення практики складає:

- Положення про практику здобувачів вищої освіти Житомирського державного університету імені Івана Франка
- паперові варіанти наскрізної та робочої програм для студентів напряму підготовки «Журналістика» знаходяться на кафедрі журналістики, реклами та PR.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
2. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. – К.: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. – 232 с.
3. Карпенко В.О. Журналістська творчість: теоретично-методичні та практичні засади – Київ: Університет «Україна», 2012. – 164 с.
4. Квіт С. Масові комунікації – К.: 2018. – 352 с.
6. Михайлин І. Основи журналістики – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.
7. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, том 62 / За заг. ред. В.Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Клименка. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
8. Освітня програма 061 Журналістика: Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2021. URL: <https://eportfolio.zu.edu.ua/op/64/bachelor/2021/>

Допоміжна

1. Нерух О. Першооснови журналістської творчості. Навчальний посібник для студентів філологічного факультету, спеціальність “журналістика” / О.О.Нерух, - Харків: Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 2002. – 110с
2. Лизанчук В. Основи радіожурналістики: Підручник. – : Знання, 2006. – 628 с.

Інформаційні ресурси

1. Васьківський Ю., Войтович Н., Палійчук А. Наскрізна програма і методичні поради щодо проходження навчально-ознайомлювальної, виробничої й переддипломної практики для студентів факультету журналістики. – Львів: ЛНУ, 2009 // Режим доступу: <http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/n8.htm>
2. Наскрізна програма практики студентів інституту журналістики КНУ// Режим доступу: http://journ.univ.kiev.ua/files/Naskrizna_programma.pdf
3. Теорія і практика: Чого більше в сучасній журналістській освіті // Електронний ресурс: Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/teoriya_i_praktika_chogo_bilshe_v_suchasniy_zhurnalistskiy_osviti/
4. Квіт С. Нові медіа і журналістська освіта // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного недійного простору: Збірник наук. праць. – Т. 1. – Тернопіль-Львів, 2008. – С. 79-84.
5. Журналістська освіта: куди подіти теоретиків? // Електронний ресурс: Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/zhurnalistska_osvita_kudi_poditi_teoretikiv/
6. Журналістська освіта в Україні: чому тест на придатність ще й досі не складено? // Електронний ресурс: Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/zhurnalistska_osvita_v_ukraini_chomu_test_na_pridatnist_sche_y_dosi_ne_skladeno/

ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

_____ (вид і назва практики)

здобувача вищої освіти _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет/
Навчально-науковий інститут _____

Кафедра _____

Рівень вищої освіти _____
(назва)

Спеціальність _____
(назва)

Предметна спеціальність _____
(назва)

Спеціалізація _____
(назва)

_____ курс, група _____

Здобувач вищої освіти _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

МП
підприємства, організації, установи „___” _____ 20__ року

(підпис) _____ (посада, ім'я ПРІЗВИЩЕ відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

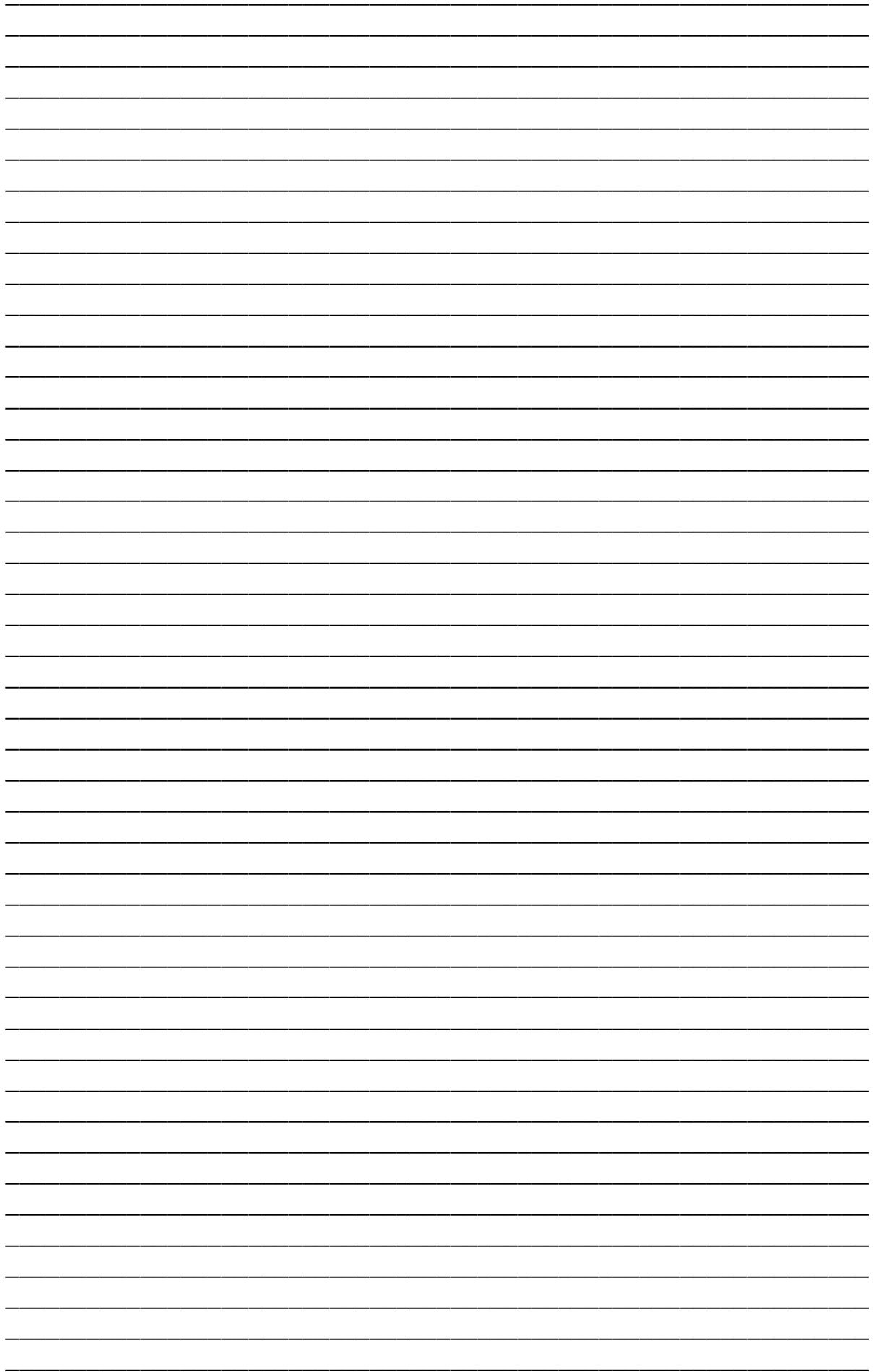
МП
Підприємства, організації, установи “ ___ ” _____ 20__ року

(підпис) _____ (посада, ім'я ПРІЗВИЩЕ відповідальної особи)

Календарний графік проходження практики

№ з / п	Назви робіт	Тижні проходження практики						Відмітки про виконан ня
		1	2	3	4	5	6	

Керівники практики:
від університету _____ (підпис) _____ (Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)
від підприємства, організації, установи _____ (підпис) _____ (Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)



Відгук осіб, які перевіряли проходження практики

Висновок керівника практики від закладу вищої освіти про проходження практики

Дата складання заліку „___” _____ 20__ року

Оцінка:

за університетською шкалою _____
(словами)

кількість балів _____
(цифра і словами)

за шкалою ЄКТС _____

Керівник практики від закладу вищої освіти

(підпис)

(Власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Укладачі:

доктор наук із соціальних комунікацій, професор Богуславський Олег Вікторович,
доктор філологічних наук, професор Партико Зіновій Васильович,
кандидат філологічних наук, старший викладач Дюжева Катерина Валеріївна

Рецензенти:

Мудра Ірина Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації Національного університету «Львівська політехніка»

Паславський Ігор Іванович, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри української преси факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка

М 54 Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики в електронних засобах масової інформації та рекламних агенціях і підготовки звіту для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика». / Укладачі: О. В. Богуславський, К. В. Дюжева, З. В. Партико. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. – 2022. – 24 с.