

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням Вченої ради Київського
університету імені Бориса Грінченка
25 листопада 2021 р., протокол № 10

Голова Вченої ради, ректор
Віктор ОГНЕВ'ЮК



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА (підготовка іноземних громадян)

**Реклама і зв'язки з громадськістю
другого (магістерського) рівня вищої освіти**

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Кваліфікація:	Магістр журналістики

Введено в дію з 01.12.2021
(наказ від 25.11.2021 № 775)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Закону України «Про вищу освіту» з урахуванням проєкту Стандарту зі спеціальності 061 «Журналістика» для другого (магістерського) рівня вищої освіти. Освітньо-професійна програма запроваджується для підготовки іноземних громадян і є англomовною версією затвердженої рішенням Вченої ради Київського університету імені Бориса Грінченка від 25.05.2017 протокол № 5 (зі змінами) освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Розроблено робочою групою у складі:

керівник робочої групи -

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка (*гарант освітньої програми*);

члени робочої групи -

Горбенко Галина Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент, директор Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;
Нетреба Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка;
Белофастова Таїсія Юріївна, кандидат педагогічних наук, кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Освітня програма введена в дію з ____ . ____ . ____ року

Актуалізовано:

Дата перегляду ОП			
Підпис			
ПІБ гаранта ОП	Новохатько Л.М		

Ця програма не може бути повністю чи частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Київського університету імені Бориса Грінченка

**I. Профіль освітньо-професійної програми
«Реклама і зв'язки з громадськістю»
зі спеціальності 061 «Журналістика»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський університет імені Бориса Грінченка Інститут журналістики
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Кваліфікація	Магістр журналістики
Кваліфікація в дипломі	ступінь вищої освіти – Магістр спеціальність – Журналістика освітня програма – Реклама і зв'язки з громадськістю
Форма навчання	Інституційна (очна (денна))
Мова(и) викладання	Англійська мова
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, Обсяг ОП на базі ступеня бакалавра - 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Передумови	Наявність ступеня бакалавра. Володіння англійською мовою на рівні не нижче B1
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України Сертифікат (УК № 11007605) про акредитацію освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» за спеціальністю 061 Журналістика, за другим (магістерським) рівнем строк дії сертифікату до 1 липня 2024 р. Національне агентство забезпечення якості вищої освіти. Україна Термін подання програми на акредитацію – 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://kubg.edu.ua/informatsiya/vstupnikam/napryami-pidgotovki/bakalavr.html

2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців у сфері реклами та зв'язків з громадськістю, формування готовності до розв'язання складних завдань, проблем у професійній діяльності, за допомогою інноваційних форм і засобів управління комунікаційними процесами	
3 – Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	<p>Об'єкти вивчення та діяльності:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базові категорії соціальних комунікацій, методологічний інструментарій журналістикознавства; комунікації в інформаційній сфері; digital-комунікації; корпоративна комунікація; - стратегічний менеджмент інформаційної діяльності; управління в сфері реклами та зв'язків з громадськістю; менеджмент телерадіокомунікацій. <p>Цілі навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оволодіння фундаментальними знаннями в галузі журналістики, зокрема у сфері реклами та зв'язків з громадськістю, здатних виконувати складні комплексні спеціалізовані завдання, керувати проектами в сфері комунікацій; - формування здатностей проводити комплексні дослідження у сфері соціальних комунікацій, упроваджувати результати досліджень у практичній фаховій діяльності. <p>Теоретичний зміст предметної області: поняття, концепції, етичні та професійні принципи рекламних та соціальних комунікацій, що використовуються у проведенні рекламних та PR-кампаній.</p> <p>Методи, методики та технології:</p> <ul style="list-style-type: none"> - інформаційно-комунікаційні технології; - методи й методики збору, обробки та поширення інформації, методи дослідницької діяльності та представлення результатів. <p>Інструменти та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти.</p>
Структура програми	<p>Співвідношення обсягів обов'язкової та вибіркової частин ОП:</p> <p>Обов'язкова частина – 67 кредитів ЄКТС (75%): блок навчальних дисциплін спрямованих на формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей 50 кредитів, частка практики становить 12 % (11 кредитів), атестація 6 кредитів.</p> <p>Вибіркова частина – 23 кредити ЄКТС (25%): дисциплін вільного вибору.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця в рекламних і PR-агентствах; прес-службах підприємств і органів влади різного рівня; друкованих та електронних мас-медіа; штабах виборчих кампаній тощо.
Академічні права	Можливість навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Освітній процес побудований на принципах: студентоцентрованого, особистісно орієнтованого навчання, компетентнісного, системно-інтегративного підходів, реалізуються через навчання, заснованого

	<p>на дослідженні та аналітиці, посилення практико-орієнтованості та творчої спрямованості, реалізації принципів проектної діяльності. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, семінарських та практичних занять. Передбачені самостійна робота (виконання індивідуальних завдань); консультації з викладачами; електронне навчання за окремими освітніми компонентами, проходження практик, написання кваліфікаційної магістерської роботи. Запроваджується електронне навчання, групова проектна робота, менторська підтримка практиків. Стимулювання самонавчання здобувачів вищої освіти та організація групової роботи з метою набуття навичок командної роботи та самостійного пошуку вирішення проблеми, зокрема, під час розв'язування практичних кейсів.</p>	
Оцінювання	<p>Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання студентів за всі види аудиторної та позааудиторної освітньої діяльності у вигляді проміжного, підсумкового (семестрового) контролю, а також атестації. Проміжний контроль (усне опитування, письмовий експрес-контроль/комп'ютерне тестування тощо), модульний контроль, підсумковий семестровий контроль (заліки, іспити в усній, письмовій (тестування), комбінованій формах, захист звітів з практики), атестація (захист кваліфікаційної магістерської роботи). Оцінювання здобувачів вищої освіти відбувається відповідно до Уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів Київського університету імені Бориса Грінченка.</p>	
6 – Перелік компетентностей		
Інтегральна компетентність	<p>Здатність розв'язувати складні задачі та практичні проблеми інноваційного характеру у професійній діяльності в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов</p>	
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-1	Здатність володіння українською та англійською мовою на високому рівні, володіння навичками комунікації, формування текстового журналістського та рекламного контенту
	ЗК-2	Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраної стратегії розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним
	ЗК-3	Здатність працювати як в команді, так і одноосібно, формувати стратегії роботи команди, координація дій з іншими.
	ЗК-4	Здатність до управління: уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища, формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці; здатність організовувати власну фахову діяльність у різних організаціях
	ЗК-5	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
	ЗК-6	Здатність до когнітивної гнучкості; здатність здобувати

		нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань при зміні умов чи нестандартних ситуаціях.
	ЗК-7	Здатність до виявлення та задоволення потреб споживачів медіаринку
	ЗК-8	Здатність до комплексного розв'язання проблем; формулювання суджень і ухвалення рішень, здатність грамотно ставити завдання, ефективно їх виконувати для досягнення високого результату
	ЗК-9	Здатність на високому рівні здійснювати дослідження в галузі соціальних комунікацій, працювати з даними, формувати аналітику
	ЗК-10	Володіння сучасними інформаційними ресурсами та технологіями. Інформаційна та ІКТ-грамотність.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК)	ФК-1	Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; володіти процесами журналістської діяльності; здатність до прогнозування майбутнього журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до виокремлення проблеми в професійній діяльності; здатність до володіння науковими методами збору даних; уміння застосовувати методи аналізу та обробки даних у галузі реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до впровадження новітніх інформаційних технологій
	ФК-2	Здатність чітко оцінювати потреби медіаринку шляхом проведення моніторингової діяльності, аналізуючи контекст, формуючи відповідний контент
	ФК-3	Здатність до планування медіапроцесу; дотримання часових вимог подання матеріалу (дедлайн); здатність працювати у нестандартних умовах, непередбачуваних ситуаціях; уміння налагодити комунікацію у різних соціальних групах; дотримуватись бюджету; володіти технологіями цифрової безпеки.
	ФК-4	Здатність розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знання практичних аспектів економічної діяльності фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю; спроможність просувати медійний продукт, аналізувати роль ринку споживачів та роль аудиторії для рекламного продукту, підтримувати загальні й спеціалізовані знання на сучасному рівні.
	ФК-5	Здатність оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проектів, готувати звіти за результатами інформаційно-аналітичної діяльності; здатність ефективно презентувати результати оцінки якості та ефективності проектів
	ФК-6	Здатність до управління службами комунікації, реклами

		та зв'язків з громадськістю фірм, організацій, планування і організація рекламних та PR-кампаній
ФК-7		Здатність проводити заходи з підвищення іміджу особи, організації, до контролю, оцінювання ефективності та коригування стратегій, планів, кампаній і окремих заходів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю
ФК-8		Здатність використовувати новітні положення теорії соціальної комунікації задля обґрунтованого відбору технологій, стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
ФК-9		Здатність застосовувати методи менеджменту й маркетингу для здійснення обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
ФК-10		Здатність до розроблення стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю
ФК-11		Здатність до надання рекламно-поліграфічних послуг із застосуванням відповідного інструментарію при їх виробництві та просуванні.
ФК-12		Здатність до володіння сучасними digital-комунікаціями, робота з рекламним та PR-контентом різних форматів із дотриманням професійних стандартів,
ФК-13		Здатність до оцінки та використання інновацій у створенні реклами, роботи з мультимедійним контентом у сфері реклами та PR.

7 – Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РН-01	Використовувати ґрунтовні знання української та англійської мови у професійній діяльності, професійній комунікації та міжособистісному спілкуванні, формуванні рекламного та PR-продукту
РН-02	На основі отриманої інформації розв'язувати професійні завдання, аргументуючи вибір стратегії.
РН-03	Організовувати роботу команд або розроблювати стратегії одноосібного виконання поставленого завдання.
РН-04	Формувати план роботи команди, здійснювати керівництво командною роботою при виконанні професійних завдань.
РН-05	Розробляти власні проекти на основі креативних ідей, формувати ідеї стартапів.
РН-06	При розробці та втіленні власних проєктів проявляти когнітивну гнучкість, здатність отримувати нові знання, враховувати різні параметри, фактори, причини, координувати розроблену стратегію з огляду на нову інформацію.
РН-07	Здійснювати аналіз потреб медіаринку при розробці рекламного та PR-продукту. Орієнтуватися в сучасних тенденціях та потребах суспільства з метою їх використання в сфері реклами та PR
РН-08	Комплексно підходити до вирішення професійних завдань з метою досягнення високого результату
РН-09	Здійснювати дослідження в галузі соціальних комунікацій, працювати з даними, аналітикою для досягнення реалізації практичних проєктів
РН-10	Використовувати всі можливості сучасних інформаційних ресурсів для створення та просування рекламного та PR-продукту

PH-11	Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності управління соціальними процесами. Організувати процес збору, оброблення, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації з урахуванням політичного, економічного та соціокультурного контекстів. Прогнозувати перспективи розвитку медіа ринку.
PH-12	Проводити професійний моніторинг запитів ринку рекламного та PR-продукту з метою формування конкурентоспроможного продукту.
PH-13	Планувати медіапроцеси із дотриманням часових вимог (дедлайнів), формувати продуктивні процеси взаємодії й типових та нестандартних професійних ситуаціях.
PH-14	Аналізувати економічні умови, визначати стратегію просування рекламного та PR-продукту в певних економічних, соціальних, політичних умовах. Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності
PH-15	Аналізувати та оцінювати ефективність управлінських рішень, коригувати стратегію професійної діяльності.
PH-16	Управляти службами комунікації, реклами та зв'язків з громадськістю фірм, організацій, планування і організація рекламних і PR-кампаній
PH-17	Організація заходів з підвищення іміджу особи, організації.
PH-18	Розробляти ідеї та технології створення рекламного чи PR-продукту на основі сучасних інфокомунікаційних технологій, новітніх знань у галузі
PH-19	Застосовувати навички менеджменту та маркетингу для здійснення обґрунтованого вибору технологій, стратегій створення і просування рекламних і PR-продуктів.
PH-20	Розв'язувати складні проблеми та вирішувати практичні завдання у сфері реклами та PR, керувати проєктною діяльністю
PH-21	Володіти технологіями надання рекламно-поліграфічних послуг, застосовуючи відповідний інструментарій при їх виробництві та просуванні.
PH-22	Використовувати сучасні системні програмні засоби та технології для проєктування інтернет-ресурсів з метою підвищення їх комунікативної ефективності, володіти digital-комунікаціями.
PH-23	Оцінювати та використовувати інновації у створенні рекламного та PR-продукту, працювати з новітніми інфокомунікаційними платформами (соціальними мережами, блогосферою), мультимедійним контентом.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньої програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення освітньої програми здійснюється професорсько-викладацьким складом кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики. До викладання окремих дисциплін відповідно до їх компетенції та досвіду залучений професорсько-викладацький склад кафедри журналістики та нових медіа, кафедри видавничої справи, кафедри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики та інших кафедр Університету. Практикоорієнтований характер освітньої програми передбачає широку участь фахівців-практиків, що відповідають напряму програми, що підсилює синергетичний зв'язок теоретичної та практичної підготовки. Кадрове забезпечення ОП відповідає вимогам, визначеним
-----------------------------	--

	Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Викладання навчальних дисциплін здійснюється в аудиторіях загального та спеціального призначення.</p> <p>Аудиторні приміщення забезпечені проєкційною та медіа технікою загального користування, а також комп'ютерами, де встановлене відповідне програмне забезпечення для вирішення професійних завдань та підключення до мережі INTERNET. Спеціально обладнані апаратно-програмним забезпеченням, наочними та методичними матеріалами центри розвитку компетентностей Інституту журналістики: Центр мультимедійних технологій, Інформаційно-аналітичний центр, НІМ «Грінченко-інформ», НВМ лабораторія радіомовлення, Центр сучасних комунікацій, НВМ «А-студія».</p> <p>Площі приміщень, що використовуються у навчальному процесі, відповідають вимогам доступності, санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки.</p> <p>Діють власні об'єкти соціально-побутової інфраструктури (їдальня, буфети, актові зали, спортивні зали, стадіон, спортивні майданчики, медичний пункт, басейн, гуртожитки).</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт Київського університету імені Бориса Грінченка https://kubg.edu.ua містить інформацію про освітню програму, навчальну, методичну, наукову діяльність, нормативні документи; інформаційні матеріали, які висвітлюють діяльність структурних підрозділів, задіяні в організації та здійсненні освітнього процесу.</p> <p>Освітній процес забезпечується навчально-методичними матеріалами з усіх дисциплін в друкованому та електронному форматах (ЕНК). Матеріали навчально-методичного забезпечення дисциплін викладені в Е-середовищі в системі Moodle, що надає можливість дистанційного навчання та самостійної роботи.</p> <p>Цифровий кампус Університету створює для здобувачів освіти зручні умови доступу до цифрової освіти, зокрема е-навчання, мобільного додатку для системи е-навчання, сервіси для організації занять онлайн (Google Meet (корпоративний), Google Chat, Google Hangouts, Google Classroom). Відеоінструкції для користувачів.</p> <p>Працює бібліотека, читальний зал забезпечено бездротовим доступом до мережі Інтернет, Інформаційні ресурси бібліотеки за освітньою програмою: формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі; надають можливість доступу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою (Web of Science, Scopus). Створено інституційний репозитарій, надані ресурси відкритого доступу</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	-
Міжнародна кредитна мобільність	-
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно ліцензії передбачається підготовка іноземців та осіб без громадянства. Процес навчання ведеться англійською мовою, тому громадяни інших країн, які володіють англійською мовою не нижче рівня B1, можуть отримувати освіту за даною освітньою

програмою.

II. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код освітнього компонента	Код (№ з/п) навчальної дисципліни, практики, атестації у навчальному плані	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти (ОК)				
ОК 1	ОД.01	Англійська мова в професійному спілкуванні	4	іспит
ОК 2	ОД.02	Журналістські студії	4	залік
ОК 3	ОД.03	Захист інтелектуальної власності	4	залік
ОК 4	ОД.04	Методологія досліджень соціальних комунікацій	4	залік
ОК 5	ОД.05	Культура і комунікація	4	залік
ОК 6	ОД.06	Корпоративна комунікація	4	іспит
ОК 7	ОД.07	Сучасні digital-комунікації	4	іспит
ОК 8	ОД.08	Управління інформацією	4	іспит
ОК 9	ОД.09	Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності	4	іспит
ОК 10	ОД.10	Управління рекламними та PR-структурами	4	іспит
ОК 11	ОД.11	Менеджмент телерадіокомунікацій	4	залік
ОК 12	ОД.12	Українська мова як іноземна	6	залік, іспит
ОК 13	ОП.01	Виробнича практика	11	залік
ОК 14	ОА.01	Підготовка і захист кваліфікаційної магістерської роботи	6	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів			67	
Вибіркові компоненти (ВК) освітньої програми (додаток 1)				
ВК	ВД	Вибір освітніх компонентів з Каталогу курсів на відповідну кількість кредитів	23	заліки
Загальний обсяг вибіркового компонента			23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

1 курс		2 курс
1 семестр	2 семестр	3 семестр
18 кр	34,5 кр	37,5 кр
Журналістські студії, 2 кр	Журналістські студії, 2 кр	
	Методологія досліджень соціальних комунікацій, 4 кр	
	Захист інтелектуальної власності, 4 кр	
Англійська мова в професійному спілкуванні, 2 кр	Англійська мова в професійному спілкуванні, 2 кр	
Українська мова як іноземна 2 кр	Українська мова як іноземна 2 кр	Українська мова як іноземна 2 кр
Культура і комунікація, 4 кр		
Корпоративна комунікація, 4 кр	Сучасні digital-комунікації, 4 кр	
Управління інформацією, 4 кр	Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності, 4 кр	Управління рекламними та PR-структурами, 4 кр
		Менеджмент телерадіокомунікацій, 4 кр
	Дисципліни за вибором	
	8 кр	15 кр
	Виробнича практика	
	4,5 кр	6,5 кр
		Підготовка і захист кваліфікаційної магістерської роботи 6 кр
	інформаційно-аналітична та дослідницька складова	
	комунікаційно-технологічна складова	
	організаційно управлінська складова	

III. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю» спеціальності 061 «Журналістика» здійснюється у формі *захисту кваліфікаційної магістерської роботи.*

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Кваліфікаційна магістерська робота являє собою практико-орієнтований проєкт що спрямований на розв'язання складної задачі або проблеми у сфері реклами та PR і передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Кваліфікаційна магістерська робота перевіряється на плагіат. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічний плагіат, фабрикації та/або фальсифікації.

Кваліфікаційна магістерська робота оприлюднюється на сайті Університету (у репозиторії).

Виконання освітньо-професійної програми в повному обсязі завершується видачею випускнику документа встановленого зразка.

IV. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

Позначки програмних компетентностей та обов'язкових освітніх компонентів	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14
ЗК-1	•	•										•		•
ЗК-2		•		•		•		•		•	•			•
ЗК-3						•			•				•	
ЗК-4	•				•	•		•	•	•	•	•		
ЗК-5			•					•		•	•			•
ЗК-6				•	•			•		•	•			•
ЗК-7		•											•	
ЗК-8			•				•		•				•	
ЗК-9				•										•
ЗК-10		•	•				•	•		•	•			
ФК-1		•		•	•				•	•				•
ФК-2		•						•	•		•		•	•
ФК-3						•				•	•		•	•
ФК-4									•	•	•		•	•
ФК-5						•		•		•	•		•	•
ФК-6						•		•		•	•		•	•
ФК-7						•	•		•	•			•	•
ФК-8		•			•	•			•				•	•
ФК-9									•	•	•		•	•
ФК-10				•		•			•	•	•		•	•
ФК-11		•			•		•			•			•	•
ФК-12							•			•			•	•
ФК-13										•	•		•	•

V. Матриця забезпечення результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

Позначки програмних компетентностей та обов'язкових освітніх компонентів	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 13
PH-01	•	•										•		•
PH-02		•		•		•		•		•	•			•
PH-03						•			•				•	
PH-04	•				•	•		•	•	•	•	•		
PH-05			•					•		•	•			•
PH-06				•	•			•		•	•			•
PH-07		•											•	
PH-08			•				•		•				•	
PH-09				•										•
PH-10		•	•				•	•		•	•			
PH-11		•		•	•				•	•				•
PH-12		•						•	•		•		•	•
PH-13						•				•	•		•	•
PH-14									•	•	•		•	•
PH-15						•		•		•	•		•	•
PH-16						•		•		•	•		•	•
PH-17						•	•		•	•			•	•
PH-18		•			•	•			•				•	•
PH-19									•	•	•		•	•
PH-20				•		•			•	•	•		•	•
PH-21		•			•		•			•			•	•
PH-22							•			•			•	•
PH-23										•	•		•	•

Додаток 1 - ВИБІРКОВА ЧАСТИНА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Реалізація студентами права на вільний вибір навчальних дисциплін, передбаченого пунктом 15 частини першої статті 62 Закону України «Про вищу освіту» в Київському університеті імені Бориса Грінченка відбувається відповідно до Положення про порядок та умови здійснення вибору навчальних дисциплін студентами, затвердженого наказом Ректора від 25.11.2016 р. № 642.

Вибір з каталогу курсів

Вибір дисциплін із переліку (каталогу курсів) з урахуванням власних потреб та інтересів щодо майбутньої фахової діяльності дозволяє студенту поглибити свої знання та здобути додаткові загальні і загально-професійні компетентності в межах споріднених спеціальностей і галузей знань, ознайомитись із сучасним рівнем наукових досліджень інших галузей знань, розширити або поглибити знання за загальними компетентностями.