

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет філології

Кафедра журналістики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПРЕССЛУЖБ ТА ІНФОРМАГЕНТСТВ**

Перший (бакалаврський) рівень

Освітня програма Журналістика

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від «31» серпня 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Організація роботи пресслужб та інформагентств
Освітня програма	Журналістика
Спеціалізація (за наявності)	-
Спеціальність	061 Журналістика
Галузь знань	06 Журналістика
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	основна
Курс / семестр	4 курс/2 семестр
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 18 год. Семінарські заняття – 18 год. Самостійна робота – 54 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="https://d-learn.pro/course/subscription/through/url/f3c4205dbb3ff234d790">https://d-learn.pro/course/subscription/through/url/f3c4205dbb3ff234d790</a>

## 2. Опис дисципліни

### Мета та цілі курсу

*Мета* викладання дисципліни – дати студентам усвідомлення основних понять та особливостей інформаційної роботи як у пресслужбах, так і інформаційних агентствах, забезпечити вироблення навичок і умінь творчого підходу до вирішення практичних завдань, оволодіння практикою ефективної організації комунікацій суб'єктів інформаційного простору з ЗМІ.

Головні завдання дисципліни:

- познайомити студентів з основними принципами функціонування інформаційного простору, циклічністю його коливань та попиту на інформацію;
- ознайомити з історією створення та розвитку інформаційних агентств світу;
- дати поняття про класифікацію інформаційних агентств;
- розкрити роль конкуренції та співпраці інформаційних агентств;
- ознайомити з особливостями роботи інформаційних агентств як посередників між джерелами інформації та споживачами;
- ознайомити з вимогами до журналістів інформаційних агентств;
- дати навички підготовки інформаційних повідомлень для ЗМІ різного рівня – від районних газет до всеукраїнських видань, радіо, телебачення;
- дати навички підготовки інформаційних повідомлень про життя України для закордонних читачів;
- розкрити роль пресслужб у формуванні іміджу органів влади, бізнесових компаній, громадських організацій, вирішенні проблем комунікацій цих суб'єктів із ЗМІ;
- ознайомити із структурами пресслужб, типовими положеннями про прес-служби, вимогами до працівників;
- ознайомити з основними технологіями управління ЗМІ, методиками співпраці з журналістами;
- ознайомити з практикою підготовки основних документів пресслужб;
- розкрити роль пресслужб у роботі за умов інформаційного нападу;
- ознайомити з практикою підготовки планів роботи пресслужб за звичайних умов та

кризової ситуації;  
 - розкрити значення пресслужб у сучасному бізнесі, зокрема, у інформаційній підтримці бренду, репутаційного менеджменту, тощо.

### Компетентності

**Загальні та спеціальні компетентності**, якими повинен оволодіти чи які може удосконалити студент у результаті вивчення дисципліни:

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;

СК 02. Здатність формувати інформаційний контент;

СК 03. Здатність створювати медіапродукт;

СК 04. Здатність організовувати та контролювати командну професійну діяльність;

СК 05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

### Програмні результати навчання

ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,

ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

### 3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	<b>Тема 1.</b> Теоретичні засади процесу створення та розповсюдження новин	ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	Питання, кейси
2.	<b>Тема 2.</b> Світові інформаційні ресурси, агентства	ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків, ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	Тести, кейси

3.	<b>Тема 3.</b> Функції інформаційних агентств у світовому інформаційному просторі. Класифікація інформагентств	<p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p>	Питання, кейси, тести
4.	<b>Тема 4.</b> Конкуренція та співпраця інформаційних агентств.	<p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p>	Питання, кейси, тести
5.	<b>Тема 5.</b> Створення та розвиток інформаційних агентств України	ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.	Тести, кейси
6.	<b>Тема 6.</b> Особливості технології роботи інформаційних агентств.	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,</p> <p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	Питання, кейси
	<b>Тема 7.</b> Особливості роботи кореспондента інформаційного агентства.	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,</p> <p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також</p>	Питання, кейси, тести

		<p>обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	
	<b>Тема 8.</b> Додаткові види діяльності інформаційних агентств	<p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	Питання, кейси, тести
	<b>Тема 9.</b> Прес-служби у сучасному інформаційному процесі	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,</p> <p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	Тести, кейси
	<b>Тема 10.</b> Моніторинг інформаційного простору як один з ключових інструментів прес-служб. Як розпізнати фейки.	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,</p> <p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	Питання, кейси, тести

	<p><b>Тема 11.</b> Структурна побудова прес-служб</p>	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,  ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.  ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.  ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.  ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	<p>Питання, кейси, тести</p>
	<p><b>Тема 12.</b> Організація роботи прес-служб</p>	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,  ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.  ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.  ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.  ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	<p>Тести, кейси</p>
	<p><b>Тема 13.</b> Інформаційні війни. Інформаційна гігієна як виклик сучасного суспільства.</p>	<p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.  ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p>	<p>Питання, кейси, тести</p>
	<p><b>Тема 14.</b> Внутрішньокорпоративна робота прес-служб</p>	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,  ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на</p>	<p>Питання, кейси, тести</p>

		<p>інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	
	<p><b>Тема 15.</b> Основи управління мас-медіа для створення публісیتی</p>	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,</p> <p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	<p>Тести, кейси</p>
	<p><b>Тема 16.</b> Сучасні функції та завдання прес-служб у бізнесових структурах</p>	<p>ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,</p> <p>ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	<p>Питання, кейси, тести</p>

#### 4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	0
Семінарське заняття	30
Самостійна робота	10
Індивідуальне завдання	20
Залік/Екзамен	40
Максимальна кількість балів	100

#### 5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу (зразок)

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Лекції																		0
Семінарські з-тя		5		5		5		5		5		5						30
Самостійна р-та																		10
Індивідуальні завдання													20	20				20
Залік /Екзамен																	40	40
Всього за тиждень		5		5		5		5		5		5	10	20	20		40	100

#### 6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, комп'ютери
<p>Література:</p> <p><b>Базова</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дерев'яно А.Г. Інформаційні центри: структура і методи діяльності. Навчальний посібник. – К.: Освіта, 2018 – 300 с.</li> <li>2. Довідник «Основні засади діяльності прес-служб органів державної влади та місцевого самоврядування: світовий та український досвід». – Донецьк: ДонДУУ, 2016. – 96 с.</li> <li>3. Капрон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс. – К.: ВД «КМА», 2015. – 158 с.</li> <li>4. Пантелеймонов О.Є. Найбільші інформаційні агентства світу в системі поширення міжнародних новин // Актуальні проблеми міжнародних відносин. –К.: Київ. нац. унів-т, Ін-т. між нар. віднос, 2017. – Вип. 23 (Ч.ІІІ).</li> <li>5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз или как успешно управлять общественным мнением. – К.: СП «АДЕФ-Украина», 2018, 356 с.</li> <li>6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. Посібник. – К.: МАУП, 2015 – 104 с.</li> <li>7. Яковець А.В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник. – К.: Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2017 – 240 с. – Бібліогр.: с. 235-239.</li> <li>8. Шотурма Н. В. ДІДЖИТАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ МЕХАНІЗМІВ ВЗАЄМОДІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ. Вісник Прикарпатського університету. Сер. : Політологія. Івано-Франківськ : ЛІК, 2019. Вип. 13. С. 86-93.</li> </ol>	

9. Шотурма Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ/ Н.В.Шотурма // Регіональні студії. Видавничий дім «Гельветика». Ужгород – 2021. – №26. – С. 29–33.

#### *Додаткова*

1. Bivins T. Public Relations Writing: The Essentials of Style and Format / T. Bivins – McGraw-Hill Humanities, 2013. – 416 p.
2. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб: навч. посіб. / Н. І. Білан, М. М. Нетреба – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2015. – 304 с.
3. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади : навч. посіб. / М. Т. Андрійчук, Т. С. Андрійчук ; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 114 с.
4. Даниленко С. І. Прес-служба: основи організації та діяльності / С. І. Даниленко – К. : ІМВ, 2006. – 332 с.
5. Журнал “Інтегровані комунікації” – Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб: навч. посіб. / Н. І. Білан, М. М. Нетреба – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2015. – 304 с.
6. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В.Й. Здоровега: Підручник. – Львів: ПАІС, 2008. – 270 с.
7. Кузнецова О. Д. Основи масової комунікації: навч. посіб. / О.Д. Кузнецова. – Л.: РВВ Львів, ун-ту, 2016. – 170 с.
8. Куліш А. Public Relations для громадських (недержавних) організацій. Видання 4-те, змінене та доповнене. – К., 2015. – 126 с.
9. Лизанчук В. Журналістська майстерність : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.
10. Насмінчук І.А. Прес-служби та інформаційні агентства: Навчально-методичний посібник. – Кам’янець-Подільський: ПП Галагодза Р.С., 2012. – 168с .
11. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. / Білан Н. І., Нетреба М. М. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2015. – 304 с.
12. Пантелеймонов О.С. Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального простору / Автореф за спеціальністю: 10.02.03. – К.: 2003. – 22 с.
13. Пілюшенко В.Л. Основні засади діяльності прес-служб органів державної влади та місцевого самоврядування: світовий та український досвід / В. Л. Пілюшенко, А. А. Халецька, Т. О. Колеснікова, В. В. Лебедева – Донецьк: ДонДУУ, 2011. – 96 с.
14. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади [Електронний ресурс] / упоряд. З. Казанжи. – Київ, 2016 – 112 с. Режим доступу:<https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>
15. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади [Електронний ресурс] / упоряд. З. Казанжи. – Київ, 2016 – 112 с. Режим доступу:[//imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf](https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf)
16. Саллівен М.Г. Надійна прес-служба. – Публікація Служби міжнародних інформаційних програм Державного департаменту США, 2002. – 72 с.
17. Семак Б. Б. Роль прес-служб в організації роботи органів державної влади / Б. Б. Семак, Н. Ф. Басій, І. В. Бойчук. – Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, 2018. – № 56. – С. 72-77.
18. Семак Б.Б. Дистанційний курс з дисципліни “Організація роботи прес-служби” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://virt.lac.lviv.ua/cours/view.php?id=1355>
19. Фоменко В.К. Прес-служби та інформаційні агентства. – Методичні матеріали для студентів зі спеціальності “Журналістика”/ В.К. Фоменко – Суми: Вид-во СумДУ, 2008. – 37 с.

20. Холод О.М. Комунікаційні технології [підруч] / О. М. Холод – К. : Центр учбової літератури. – 2013. – 211 с.

### 7. Контактна інформація

Кафедра	м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 ауд. 414 навч.-лаб. корпус (4-й поверх) <a href="https://kjourn.pnu.edu.ua/">https://kjourn.pnu.edu.ua/</a> E-mail: <a href="mailto:kaf_journ@pnu.edu.ua">kaf_journ@pnu.edu.ua</a>
Викладач (і) Гостьові лектори	Шотурма Наталія Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики
Контактна інформація викладача	<a href="mailto:nataliia.shoturma@pnu.edu.ua">nataliia.shoturma@pnu.edu.ua</a>

### 8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв).</p> <p>Дотримання академічної доброчесності регулюється Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (<a href="https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%96%D1%8E-%D0%B7-%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%8C-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8">https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%96%D1%8E-%D0%B7-%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%8C-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8</a>)</p>
--------------------------	---

	<p><a href="https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/%D0%9A%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%96.pdf">-%D1%82%D0%B0-%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf</a>) та Кодексом честі університету (<a href="https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/%D0%9A%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%96-%D0%9F%D0%9D%D0%A3-2021.pdf">https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/%D0%9A%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%96-%D0%9F%D0%9D%D0%A3-2021.pdf</a>)</p> <p>Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями.</p>
<p>Пропуски занять (відпрацювання)</p>	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положенням про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти» ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 6.04.2021 р.).</p> <p>Покликання: <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf">https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf</a></p> <p>Для отримання допуску до підсумкового контролю студентів необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи.</p>
<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</p>	<p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положенням про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти» ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.)</p> <p>Покликання : <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf">https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf</a></p>
<p>Невідповідна поведінка під час заняття</p>	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14</p>

	<p>«Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти»</p> <p>Покликання : <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-perevedennia-vidrakhuvannia-ta-ponovlennia-studentiv-vyshchychkh-zakladiv-osvity-1996.pdf">https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-perevedennia-vidrakhuvannia-ta-ponovlennia-studentiv-vyshchychkh-zakladiv-osvity-1996.pdf</a></p>
Додаткові бали	<p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу. Також, за рішенням кафедри журналістики студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)</p> <p>Покликання:<a href="https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/">https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</a></p>
Неформальна освіта	<p>Під час навчання студентам пропонується проходження додаткових курсів на платформах Prometheus та Coursera за відповідних предметним спрямуванням. Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» Редакція 3) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.)</p> <p>Покликання: <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf">https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf</a></p>

Викладач **Шотурма Наталія Володимирівна**