

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра маркетингу

М. В. Бутиріна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Методичні рекомендації
для здобувачів ступеня бакалавра
освітньо-професійної програми «Журналістика»
зі спеціальності 061 Журналістика

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Кваліфікаційна робота бакалавра [Електронний ресурс] : методичні рекомендації для здобувачів ступеня бакалавра освітньо-професійної програми «Журналістика» зі спеціальності 061 Журналістика / уклад. М.В. Бутиріна ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2025. – 32 с.

Укладач

М.В. Бутиріна, д-р соц. ком., проф.

Затверджено науково-методичною комісією зі спеціальності С7 (061) Журналістика (протокол № 1 від 29.08.2025) за поданням кафедри маркетингу (протокол № 1 від 28.08.2025).

Містить теоретико-методичні положення та практичні рекомендації щодо підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра за освітньою програмою «Журналістика». Подано визначення ключових понять і категорій у сфері журналістики, розкрито науково-методичні підходи до створення інформаційного продукту або інформаційного проєкту як форми підсумкової кваліфікаційної роботи. Визначено змістові складові якісної бакалаврської роботи: мету, завдання, об'єкт і предмет проєкту, вихідні дані та критерії вибору теми. Розглянуто структуру, зміст і загальні вимоги до текстового супроводу (пояснювальної записки), а також особливості планування, розробки, презентації та захисту інформаційного продукту чи проєкту. Наведено рекомендації щодо дотримання академічної доброчесності та запобігання академічному плагіату. Окремо окреслено критерії оцінювання бакалаврської кваліфікаційної роботи відповідно до студентоцентрованого підходу та вимог до професійної підготовки журналіста.

Відповідальний за випуск завідувач кафедри маркетингу Т.В. Куваєва, канд. екон. наук, доц.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. Програма виконання кваліфікаційної роботи	6
2. Вимоги до змісту кваліфікаційних робіт	10
3. Вимоги до структури пояснювальної записки до кваліфікаційної роботи бакалавра	12
4. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи	18
5. Підготовка до захисту та захист	19
6. Критерії оцінки кваліфікаційної роботи бакалавра	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	23
ДОДАТКИ	24

ВСТУП

Випускна кваліфікаційна робота рівня «бакалавр» є підсумком навчальної, дослідницької та практичної підготовки студентів спеціальності 061 Журналістика. Згідно зі Стандартом вищої освіти зазначеної спеціальності такі роботи мають форму творчих проєктів – готових інформаційних продуктів, інформаційних акцій або проєктів інформаційних акцій, до яких додається пояснювальна записка. У документі наголошується, що “робота має передбачати розв’язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері соціальних комунікацій, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії закладу вищої освіти” [6].

Підготовка власного інформаційного продукту/акції/проєкту акції – інтернет-сайту, сторінки у соцмережах, авторської телерадіопрограми, онлайн-проєкту, серії інтерв’ю, інформаційної кампанії тощо – має показати професійну готовність випускника працювати в медіа. Водночас кваліфікаційна робота вимагає від студентів ґрунтовного засвоєння теоретичних і практичних основ журналістики, розуміння природи соціальних комунікацій, прикладних технологій комунікації, історії і закономірностей становлення української та світової журналістики; уміння критично аналізувати джерела, опрацьовувати основну та додаткову літературу, досліджувати й узагальнювати досвід провідних медійників; а також вдосконалювати власні професійні навички та проводити самостійні наукові розвідки.

Успішність виконання бакалаврської роботи залежить від низки чинників, зокрема від дотримання встановлених вимог до змісту, структури, рівня теоретичного обґрунтування проєкту, логіки викладу та оформлення. Темі пропонуються відповідно до актуальних напрямів і трендів журналістської діяльності та з урахуванням професійних інтересів студентів.

Під час оцінювання комісія бере до уваги не лише якість запропонованого проєкту, а й здатність студента аргументовано захищати свою творчу ідею, теоретичні засади, на яких вона ґрунтується, зроблені висновки. Особливо важливим є коректне оформлення, адже його порушення може суттєво знизити підсумкову оцінку або навіть стати підставою для недопуску до захисту. Робота має бути виконана українською мовою.

Методичні рекомендації створені для того, щоб допомогти студентам правильно підготувати та оформити кваліфікаційну роботу бакалавру: визначити тему, обґрунтувати її актуальність, сформулювати мету й завдання, вибудувати структуру дослідження, опрацювати джерела та оформити бібліографічний опис.

Відповідно до «Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»», затвердженого рішенням Вченої ради університету від «27» червня 2024 року, здобувач вищої освіти, виконуючи кваліфікаційну роботу, повинен обрати й узгодити з керівником тему роботи, отримати завдання на кваліфікаційну роботу, самостійно виконувати кваліфікаційну роботу, використовуючи матеріали передатестаційної практики, методичне та інформаційне забезпечення; систематично відвідувати консультації керівника роботи та вчасно виконувати його рекомендації; щотижня інформувати керівника про хід виконання завдання на кваліфікаційну роботу. По завершенню підготовки кваліфікаційної роботи він має подати її на перевірку керівнику; отримати рецензію і подати кваліфікаційну роботу, підписану керівником, та її електронний примірник відповідальній особі кафедри (нормоконтролеру) для перевірки щодо наявності запозичень.

Безпосередньо на етапі захисту здобувач освіти має підготувати доповідь про основні положення кваліфікаційної роботи; підготувати відповідь на зауваження керівника роботи та рецензента і відповідно до розкладу засідань екзаменаційної комісії захистити роботу, дотримуючись відповідного регламенту.

Написання кваліфікаційної роботи бакалавра студентами ОП «Журналістика» НТУ «Дніпровська політехніка» передбачає виконання таких основних завдань:

Мета кваліфікаційної роботи бакалавра:

Створення інформаційного продукту або проведення інформаційної акції, що передбачає розв'язання складної спеціалізованої задачі чи практичної проблеми у сфері соціальних комунікацій, із застосуванням теоретичних знань та практичних навичок та дотриманням академічної доброчесності.

Завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи:

- закріпити і систематизувати теоретичні знання з журналістики та відпрацювати їхнє практичне застосування під час реалізації конкретного журналістського проєкту;
- набути досвід збору, аналізу та систематизації інформації про медіаринок (регіональний, національний) для створення концепції нового журналістського продукту та планування його розвитку;
- розвинути професійні навички створення різножанрових журналістських матеріалів (текстових і візуальних), а також формування цілісного медіапродукту, включно з версткою чи монтажем;
- розробити концепцію презентації власного медіапроєкту та відпрацювати навички публічного захисту творчого продукту.

Отже, кваліфікаційна робота бакалавра є підсумком професійного входження здобувача освіти у царину журналістської діяльності. Вона водночас

слугує звітом перед самим студентом та державою про рівень опанування теоретичних знань і набуття практичних умінь та навичок за спеціальністю.

1. ПРОГРАМА ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

1.1. Загальні положення

Здобувачі спеціальності 061 Журналістика допускаються до виконання кваліфікаційної роботи відповідно до «Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» [4] та на основі Стандарту вищої освіти зі спеціальності 061 Журналістика [6].

Під час захисту кваліфікаційної роботи здобувачі підтверджують набуття ступеня бакалавра та демонструють здатність самостійно виконувати професійні функції й розв'язувати фахові завдання, визначені освітньо-професійною програмою.

В процесі роботи над інформаційним продуктом/ акцією/ проєктом акції здобувачі освіти мають дотримуватися Кодекса академічної доброчесності НТУ «Дніпровська політехніка»[3].

Мета бакалаврської кваліфікаційної роботи – продемонструвати знання та компетентності, набуті під час опанування профільних дисциплін, і вміння застосовувати їх самостійно для комплексного розв'язання практичного завдання в межах створення власного проєкту. Робота виконується під керівництвом наукового керівника. Передбачається, що інформаційний продукт або інформаційна акція як основна частина кваліфікаційної роботи бакалавра розробляється на базі отриманих протягом навчання загальних компетентностей:

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.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності та спеціальних фахових компетентностей:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

СК07. Здатність застосовувати комунікаційний інструментарій у сфері промислової журналістики, що спрямований на розробку медіапродукту з урахуванням соціальної відповідальності у комунікаційній взаємодії.

Під час створення інформаційного продукту/акції/проєкту акції та його захисту здобувач освіти має продемонструвати такі визначені Стандартом вищої освіти 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.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

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 соціально-комунікаційних 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.

СР1. Застосовувати комунікаційні інструменти щодо узгодження соціальних інтересів суб'єктів комунікацій у промисловій сфері, шляхом створення медіапродукту.

1.2. Основні етапи підготовки та виконання кваліфікаційної роботи бакалавра

Процес підготовки та виконання бакалаврської роботи умовно поділяється на три етапи: підготовчий, безпосередньо виконання проєкту та фінальний.

Планування роботи включає: вибір теми, пошук і опрацювання джерел та літератури, формування структури роботи, написання тексту та реалізацію проєкту, ознайомлення наукового керівника з роботою й врахування його зауважень, подання на перевірку та рецензування, нормоконтроль оформлення, подання на кафедру та підсумковий захист кваліфікаційної роботи.

Розглянемо зміст етапів детальніше.

Перший етап – обґрунтування теми та постановка завдань. Визначаються актуальність, об'єкт, предмет, мета та завдання роботи. Формулюється проблемна ситуація, яка дозволяє чітко окреслити напрям дослідження та визначити аспекти для аналізу і творчої реалізації проєкту.

Другий етап – опрацювання джерел та накопичення матеріалу. Студент здійснює систематичне вивчення наукової літератури, медіакритичних публікацій та практичних прикладів дотичних до обраної теми медіапродуктів або інформаційних проєктів. Створюються конспекти, аналізуються факти, збираються матеріали для подальшого використання в інформаційному продукті/акції/проєкті акції (дослідження документів, макети, статистичні дані, приклади комунікаційної продукції).

Третій етап – планування та концептуалізація проєкту. На основі зібраного матеріалу формується структура роботи та концепція інформаційного продукту/акції/ проєкту акції. Визначаються ключові розділи, послідовність етапів реалізації, очікуваний результат та методи його досягнення.

Четвертий етап – створення чорнового варіанту медіапродукту / тексту. Студент реалізує практичну частину роботи, дотримуючись логіки, послідовності, точності фактів і творчого підходу.

П'ятий етап – консультації та доопрацювання. Науковий керівник оцінює зміст і форму продукту/акції/проєкту акції, надає рекомендації щодо

вдосконалення як аналітичної, так і практичної частини роботи. Студент враховує зауваження та готує остаточний варіант.

Шостий етап – рецензування та перевірка. Робота передається рецензенту для оцінки наукової та практичної цінності творчого проєкту. Відбувається підготовка відгука та остаточна редакція роботи.

Сьомий етап – нормоконтроль оформлення. Перевіряється відповідність структури, обсягу та оформлення роботи чинним вимогам.

Восьмий етап – захист роботи. Здобувач освіти презентує свій інформаційний продукт або інформаційний проєкт екзаменаційній комісії, аргументує вибір концепції, демонструє практичні результати та відповідає на запитання. Успішний захист є обов'язковою умовою отримання диплома бакалавра.

1.3. Керівництво роботою

Наукове керівництво кваліфікаційними бакалаврськими роботами здійснюють науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка». Науковими керівниками можуть бути професори, доценти, доктори або кандидати наук, чия наукова спеціалізація та дослідницькі інтереси відповідають тематиці кваліфікаційної роботи.

Призначення наукового керівника здійснюється кафедрою з урахуванням навчального навантаження викладачів. Перевага надається тим викладачам, яких обрав здобувач і які погодилися на керівництво його роботою.

Обов'язки наукового керівника

Науковий керівник кваліфікаційної роботи:

- допомагає сформулювати тему, сформувати структуру роботи,
- скеровує складання індивідуального плану щодо виконання роботи і надає індивідуальні завдання, які здобувач виконує протягом передатестаційної практики;
- здійснює консультування здобувача під час проходження практики;
- рекомендує релевантні джерела та літературу за темою дослідження чи практичного проєкту;
- систематично консультує здобувача на всіх етапах роботи, за потреби залучає до консультацій інших викладачів або фахівців медіаіндустрії та комунікаційної сфери;
- контролює дотримання календарного плану виконання, перевіряє якість та рівень самостійності виконання творчого проєкту, інформує завідувача кафедри про готовність роботи до захисту;
- сприяє апробації результатів дослідження чи проєкту (йдеться про участь у наукових конференціях, підготовку тез, статей, презентацій тощо);

- готує письмовий відгук на кваліфікаційну та сприяє організації зовнішнього рецензування.

2. ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ

2.1. Тематика і формати кваліфікаційних робіт

Кваліфікаційна робота здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої освіти виконується самостійно, під академічним супроводом наукового керівника.

Теми кваліфікаційних робіт (проєктів) затверджуються на засіданні кафедри маркетингу. Під час вибору перевага надається суспільно-політичним темам, а також інформаційним продуктам/проєктам, пов'язаним із цілями сталого розвитку (зокрема, ЦСР 4. Якісна освіта, ЦСР 7. Доступна та чиста енергія, ЦСР 8: Гідна праця та економічне зростання, ЦСР 11. Сталий розвиток міст і громад, ЦСР 12. Відповідальне споживання та виробництво, ЦСР 16. Мир, справедливість та сильні інститути, ЦСР 17. Партнерство заради сталого розвитку). Особлива увага приділяється темам, пов'язаним із особливостями освітньої програми, що орієнтують на промисловий сектор, зокрема, передбачають компетентності зі створення медіапродукту з промислової тематики й проблематики (ЦСР 9. Промисловість, інновації та інфраструктура).

Інформаційний продукт/проєкт як ключовий елемент кваліфікаційної роботи може бути реалізований у різних форматах, які за необхідності можуть доповнюватися формами, узгодженими здобувачем освіти із науковим керівником. Базовими є такі формати:

- інформаційна акція – серія публікацій на задану тему; серія матеріалів одного жанру; публікації різних мультимедійних форматів, поєднані темою, проблемою, героєм та іншими категоріями;
- стартап медійного продукту;
- мультимедійний текст – лонгрид, мультимедійна історія або матеріал для інформаційної агенції, доповнений фото, відео чи аудіо;
- цикл подкастів, присвячений певній проблематиці, опублікований на хостинг-платформах;
- вебсайт, створений на конструкторі Weblum (безкоштовний сервіс);
- цикл публікацій у Вільній енциклопедії (Wikipedia);
- телевізійна або відеопродукція, розміщена на відеохостингу YouTube (репортажі, документальні відео, інтерв'ю, відеоколонки);
- візуалізаційний проєкт (серія інфографік, дата-візуалізацій, аналітичних дашбордів (Datawrapper, Flourish));

- соціальна медійна кампанія (комплексний SMM-проект із контент-планом та реалізацією у соцмережах);
- документальний аудіопроект (аудіосеріал, аудіодокументальні історії);
- проект локального журналістського розслідування;
- промислові історії у форматі інтерактивної карти чи цифрового музейного проекту.

Пояснювальна записка (описова частина кваліфікаційної роботи) має демонструвати, що студент здатен:

- переконливо обґрунтувати актуальність обраної теми та проблематики як на місцевому рівні, так і в контексті глобальних тенденцій, зокрема і Цілей сталого розвитку;
- продемонструвати знання сучасних теоретичних і практично-прикладних підходів до реалізації поставлених завдань;
- чітко сформулювати ідею комунікаційної взаємодії з аудиторією;
- передбачати вплив комунікації за допомогою інформаційного продукту/проекту на визначені цільові аудиторії та оцінити її ефективність.

2.2. Вибір теми кваліфікаційної роботи

Перелік тем кваліфікаційних робіт розробляє випускова кафедра маркетингу до початку навчального року. Він має забезпечувати можливість індивідуалізації завдань для кожного здобувача та свободу вибору конкретної теми, яка відповідає його професійним інтересам.

Тематика кваліфікаційної роботи повинна враховувати:

- специфіку майбутньої професійної діяльності здобувача у сфері журналістики;
- професійні інтереси та творчі вподобання студента;
- наукові напрями та медійні проекти, що розробляються кафедрою;
- результати навчання, визначені стандартом вищої освіти та освітньо-професійною програмою бакалавра з журналістики.

Вибір теми здійснюється здобувачем особисто за консультацією з науковим керівником від кафедри.

Номенклатура тем кваліфікаційних робіт бакалаврів журналістики формується з урахуванням:

- напрямів професійної діяльності здобувача (редакційна робота, медіапроекти, розслідувальна журналістика, мультимедійна продукція тощо);
- циклу створення медійного продукту та його складових (планування, виробництво, публікація, аналіз аудиторії);
- специфіки професійних завдань та структури журналістської праці;
- складності завдання, що відповідає рівню бакалаврської підготовки.

Перелік рекомендованих тем для виконання бакалаврських кваліфікаційних робіт наведено у додатку 1. Здобувач освіти може запропонувати власну тему, погодивши її з керівником.

3. ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

3.1. Обов'язкові структурні складники пояснювальної записки

Кваліфікаційна робота складається з інформаційного проєкту/продукту зазначених вище форматів та пояснювальної записки. Пояснювальна записка включає вступну та основну частини, перелік використаних джерел і літератури, а також може містити додатки. В додатки виносяться скріншоти публікацій, фрагменти медійного контенту (тексти, зображення, відео чи аудіо), інфографіка, таблиці, результати анкетувань або опитувань, сценарії подкастів або відео, а також будь-які інші матеріали, які підтверджують виконання творчого проєкту та ілюструють результати виконання роботи.

Вступна частина містить такі структурні елементи: титульний аркуш, завдання на кваліфікаційну роботу, реферат, резюме англійською мовою (resume), зміст та вступ.

Титульний аркуш. Титульний аркуш подається на першій сторінці роботи та є основним джерелом бібліографічної інформації, необхідної для пошуку та обробки документа. Приклад оформлення титульного аркуша наведено в додатку Б.

Завдання на кваліфікаційну роботу. Містить перелік питань, визначених науковим керівником, які необхідно розробити здобувачеві, а також календарний план виконання етапів роботи та термін подання. Приклад оформлення наведено в додатку В.

Реферат. Містить основну інформацію про кваліфікаційну роботу: об'єкт дослідження, мету, опис отриманих результатів та їх новизну, технічні характеристики інформаційного продукту/проєкту та комунікаційного каналу, містить характеристики цільової аудиторії. Тут також вказуються ключові слова (5–7 слів або словосполучень). Обсяг – 1200-1300 знаків з пробілами. Приклад оформлення – у додатку Г.

Abstract. Резюме (анотація) подається англійською мовою, обсягом до однієї сторінки. У ньому зазначаються тема, проблема, ідея кваліфікаційної роботи, технічні характеристики інформаційного продукту/проєкту та комунікаційного каналу, цільова аудиторія та ключові слова (5–7 слів або словосполучень). Обсяг – 1000-1200 знаків з пробілами. Приклад оформлення – у додатку Д.

Зміст. Розташовується на аркуші після Resume. Має включати вступ, послідовний перелік всіх розділів, підрозділів та пунктів, висновки, перелік посилань, назви додатків та номери сторінок, з яких починаються структурні частини пояснювальної записки.

Вступ. Подається з нового аркуша, обсяг – 1,5-2 сторінки, містить такі обов'язкові елементи:

Актуальність. Передбачає обґрунтування значущості і своєчасності розробки певного інформаційного продукту чи проєкту, висвітлення обраної теми у медіа тощо в межах кваліфікаційної роботи бакалавра.

Огляд досліджень. Передбачає короткий огляд останніх публікацій і наукових досліджень з обраної теми, стисле висвітлення основних напрямів роботи вітчизняних та зарубіжних журналістів та комунікативістів за останні п'ять років на обраному треку.

Проблема. Визначення соціальної, політичної, технологічної, гуманітарної, екологічної проблеми, на вирішення якої спрямований медійний проєкт. Важливо зазначити зв'язок із Цілями сталого розвитку.

Ідея. Основна концепція інформаційного продукту/акції/проєкту акції, яка визначає спосіб вирішення обраної соціальної або професійної проблеми, формування суспільного дискурсу або покращення комунікаційних процесів за допомогою медійних інструментів та технологій.

Технічні характеристики. Формат проєкту, канали поширення та способи просування контенту.

Аудиторія. Опис і характеристика цільових груп, на які спрямований інформаційний продукт/ акція/ проєкт акції із визначенням очікуваного впливу комунікаційної діяльності: охоплення, рівня залученості та передбачуваного зворотного зв'язку.

Посилання на медійний проєкт. Посилання на продукт/ акцію/ проєкт акції (канал, лонгрид) або його складові (сюжети, тексти в медіа).

Структура роботи. Логіка подання кваліфікаційної роботи та медійного проєкту: вступ, розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи визначається відповідно до вимог.

Розділ 1 має на меті теоретично обґрунтувати обрану тему й проблематику пропонованого творчого проєкту. У цьому розділі здобувач освіти формулює власне бачення шляхів і методів розв'язання визначених питань.

У межах методологічної частини потрібно простежити розвиток наукової думки з теми, проаналізувати актуальні дослідження за останні п'ять років і подати чіткий понятійний апарат. Здобувач має окреслити рівень опрацьованості проблеми: які аспекти вже вивчені, які залишаються відкритими та які з них будуть розроблені в рамках представленої кваліфікаційної роботи.

Емпіричний аналіз матеріалу має охопити вибірку з 7-10 подібних інформаційних продуктів чи проєктів. Це дозволить показати типові шляхи розв'язання визначеної проблеми і окреслити унікальність і новизну власного продукту чи проєкту. Розділ повинен містити проміжні висновки, коректно оформлені цитати із посиланнями на першоджерела.

Орієнтовний обсяг I розділу має складати 5-7 сторінок.

Розділ 2 містить повний опис структури й функціональних особливостей інформаційного продукту, акції, проєкту акції, який подається до захисту. У цьому розділі формулюється його тема та стисло пояснюється її актуальність, а також визначається проблема, на подолання або висвітлення якої спрямований інформаційний продукт чи проєкт. Продукт/акція/проєкт акції може виступати засобом медіатизації певної проблеми, формувати медіадискурс щодо обраного для висвітлення об'єкта, упрозорювати складні суспільні питання, оприлюднювати наративи громад, привертати увагу до проблем життєдіяльності суспільства.

Здобувач може передбачати в роботі над творчим проєктом партисипативний підхід, що є основою журналістики співучасті або журналістики рішень. Він також може сприяти популяризації тем і питань, важливих для промислового сектора, для розуміння і співпраці громад із промисловцями в контексті досягнення Цілей сталого розвитку.

Важливим є обґрунтування вибору об'єкта інформаційного продукту/проєкту, над яким працює здобувач. Таким об'єктом може стати проблемна ситуація, герой, подія або комплексний процес, який потребує медійного висвітлення чи аналітичного опрацювання. Це може бути:

- соціальне чи політичне явище, що формує суспільний порядок денний;
- технологічний виклик або інновація, що впливають на розвиток медіасфери;
- локальна історія з виразною суспільною значущістю;
- конфлікт або суперечність, що вимагає професійного посередництва медіа;
- маргіналізована тема чи група, якій бракує репрезентації у публічному просторі;
- культурна або гуманітарна подія, що має потенціал для глибшого аналізу чи популяризації;
- процес трансформації – реформа, криза, зміна практик або політик.

У пояснювальній записці здобувач повинен чітко показати, чому саме цей об'єкт є значущим, які аспекти він має на рівні суспільного інтересу, які комунікаційні можливості відкриває та яку «додану вартість» створює його медіатизація. Важливо також аргументувати, яким чином обраний об'єкт дозволяє розкрити мету проєкту, реалізувати ідею та досягти прогнозованого

ефекту для цільової аудиторії. Ключові персонажі, подія чи ситуація, що стають центром інформаційної акції або інформаційного продукту (телевізійного, радійного, мультимедійного), потребують переконливого пояснення. Автор має надати розгорнуту характеристику цих елементів і аргументувати їхній вибір.

Окремий блок розділу присвячений детальному опису технології виробництва: формату чи форматів, застосованих для реалізації задуму; підходів, що зумовили такий вибір; характеристиці обраних каналів комунікації та їхніх переваг, включно з інтерактивністю. Також аналізуються можливості просування продукту у різних медійних середовищах.

Важливо акцентувати на вивченні цільової аудиторії: описати її соціально-демографічний портрет, інтереси та поведінкові особливості, що визначають канали доставки контенту, тематичні акценти, стиль і форму презентації матеріалу.

3.2. Приклади обґрунтування вибору об'єкта для інформаційних проєктів

1. Проблемна ситуація – нестача якісної інформації про психічне здоров'я молоді.

Об'єкт обрано через зростання кількості звернень до психологів та підвищений рівень тривожності серед молоді. Медіа недостатньо системно висвітлюють цю тему, переважно обмежуючись поверхневими матеріалами. Проєкт спрямований на заповнення інформаційного вакууму та формування відповідального дискурсу.

2. Соціально важливе явище – вплив штучного інтелекту на трудові практики.

Тема стає суспільно значущою через трансформацію ринку праці та появу нових професійних ризиків. Об'єкт дозволяє пояснити складні технологічні процеси широкій аудиторії та сформулювати критичне ставлення до використання ШІ в медіа.

3. Герой – волонтерка, що організувала мережу гуманітарної допомоги
Історія має виразний суспільний потенціал, демонструючи ефективні моделі самоорганізації. Через конкретний життєвий приклад медіа можуть розкрити більшу проблему або тенденцію.

4. Процес – модернізація міської інфраструктури. Дає можливість дослідити, як комунікуються реформи, і чому частина ініціатив викликає недовіру. Це сприяє розумінню ролі медіа в діалозі між владою та громадою.

5. Подія – масштабна екологічна акція з очищення набережної Дніпра.
Об'єкт актуальний через зростання уваги до кліматичних змін і необхідність екологічної відповідальності. Такий фокус допомагає оцінити роль

громадських ініціатив у формуванні екологічної свідомості, мобілізації волонтерів та популяризації сталих практик.

Окремо подається оцінка прогнозованої ефективності проєкту: очікувана залученість користувачів, аналіз потенційних показників охоплення, взаємодії, розвитку спільноти та використання різних мультимедійних інструментів.

На завершення здобувач має обґрунтовано викласти переваги, інноваційний характер та унікальність власного проєкту, порівнявши його з аналогами на українському та міжнародному ринках. Автор також окреслює можливі напрями подальшого розвитку проєкту й ідеї.

Рекомендований обсяг – 8-10 сторінок.

3.3. Вимоги до написання висновків

Висновки є завершальним самостійним структурним елементом пояснювальної записки та подаються з нової сторінки після основних розділів роботи. Їхнє призначення – узагальнити результати теоретичної та практичної частин інформаційного продукту, акції чи проєкту акції, окреслити отримані здобувачем професійні компетентності та підкреслити наукову й практичну цінність здійсненої роботи.

У цьому розділі студент має чітко, лаконічно й аргументовано:

- сформулювати ключові висновки, отримані в ході теоретичного аналізу тематики, включно з уточненням понятійного апарату, узагальненням актуальних підходів у журналістикознавстві та комунікативістиці;

- окреслити головні результати реалізації завдання, продемонструвавши, як обрана ідея та технології втілилися в конкретному інформаційному продукті/ акції/ проєкті акції;

- показати, у чому полягає практична цінність проєкту: вплив на аудиторію, рівень медіатизації обраної проблеми, інноваційність підходів, актуальність для сучасних медіаринку та суспільних процесів;

- підтвердити обґрунтованість отриманих висновків, спираючись на фактичні дані, аналітичні спостереження та результати оцінки ефективності комунікаційної діяльності.

Окрему увагу здобувач приділяє:

- формулюванню розв'язаної практичної задачі та її значення для розвитку журналістських практик, медіапроєктування або цифрових комунікацій;

- визначенню перспектив подальшого вдосконалення продукту чи проєкту: розширення аудиторії, диверсифікації форматів, розвитку мультимедійних рішень, можливостей масштабування та партнерства;

- рекомендаціям щодо використання отриманих результатів у професійній діяльності, медіаосвіті, соціальних ініціативах або наукових дослідженнях.

Обсяг розділу має становити 1,5-2 сторінки, відповідати меті і поставленим завданням.

3.4. Складання Списку використаних джерел

Список використаних джерел включає наукові та науково-популярні видання, медіакритичні публікації у періодичних виданнях та онлайн-ресурси, на які здобувач спирався під час підготовки кваліфікаційної бакалаврської роботи. У списку слід використовувати переважно сучасні джерела, бажано не старші за п'ять років.

Оформлення бібліографічних записів повинно відповідати ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Джерела можна впорядковувати різними способами: за алфавітом, за типом джерела тощо. Найпоширеніший метод – за алфавітом прізвищ авторів або назв творів. Якщо список містить джерела, написані кирилицею та латиницею, спершу подаються кириличні джерела, а потім – латинські, також за алфавітом.

Приклади оформлення бібліографічних записів наведені у Додатку Е. Для посилань у тексті роботи використовують квадратні дужки, наприклад: [12, с. 234], де перша цифра – номер джерела у списку, а друга – сторінка, з якої наведена цитата.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи оформлюється у друкованому вигляді на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210×297 мм).

Текст набирається шрифтом Times New Roman, кегль 14, з міжрядковим інтервалом 1,5. Розміри полів з усіх боків аркуша повинні бути не меншими ніж 20 мм. Абзацний відступ однаковий по всьому тексту та становить п'ять знаків. Допускається охайне виправлення технічних помилок, описок чи неточностей – підчищенням або коректором, з подальшим внесенням правильного тексту чи елемента рисунка тим самим кольором. Усі елементи – лінії, символи, цифри, літери – мають бути чіткими та рівномірно чорними.

Назви організацій, установ, прізвища та інші власні назви подаються мовою оригіналу. Допускається транслітерація або переклад назв (з обов'язковою згадкою оригінальної форми під час першої появи в тексті).

Заголовки основних структурних елементів («РЕФЕРАТ», «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ») друкуються великими літерами, напівжирним, по центру, без крапки і без підкреслення. Кожний структурний елемент починається з нової сторінки.

Розділи можуть містити підрозділи, а підрозділи – пункти. Усі вони повинні мати заголовки. Заголовки підрозділів і пунктів друкують з абзацу, маленькими літерами, напівжирним шрифтом, вирівнюючи по ширині, з великої літери. Якщо заголовок складається з кількох речень – їх розділяють крапкою. Переноси слів у заголовках не допускаються.

Відстань між заголовком та текстом над і під ним дорівнює одному міжрядковому інтервалу. Якщо заголовок підрозділу стоїть наприкінці сторінки, під ним обов'язково має бути щонайменше два рядки тексту; інакше заголовок переносять на наступну сторінку.

Нумерація сторінок. Усі сторінки пояснювальної записки нумеруються арабськими цифрами наскрізно, номер ставлять у правому верхньому куті без крапки. Титульний аркуш входить у загальну нумерацію, але номер на ньому не ставиться. Таблиці та ілюстрації, що займають окрему сторінку, також включаються в загальну нумерацію.

Нумерація структурних частин. Елементи «РЕФЕРАТ», «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ» не нумеруються. Нумерація починається з першого розділу.

Розділи позначаються арабськими цифрами без крапки: 1, 2, 3...

Підрозділи нумеруються в межах розділу: номер складається з номера розділу та номера підрозділу, розділених крапкою: 1.1, 1.2...

Пункти нумерують у межах розділу або підрозділу: 1.1; 1.2 або 1.1.1; 1.1.2

Якщо розділ без підрозділів одразу поділяється на пункти і підпункти – нумерація будується за тією ж логікою.

Після номерів підрозділів, пунктів і підпунктів крапка не ставиться. Якщо в розділі лише один підрозділ, або в підрозділі – один пункт, або пункт містить один підпункт – їх також нумерують.

5. ПІДГОТОВКА ДО ЗАХИСТУ ТА ЗАХИСТ

5.1. Підготовка до захисту

Кваліфікаційну бакалаврську роботу друкують, прошивають і подають на кафедру маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» для подальшого допуску до захисту.

Захист відбувається перед Екзаменаційною комісією (ЕК), яка здійснює атестацію здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Журналістика».

До роботи обов'язково додаються супровідні документи (не прошиваються, але вкладаються у роботу):

а) Відгук наукового керівника, у якому оцінюється якість виконання бакалаврського творчого проєкту, зазначаються сильні сторони та недоліки, аналізується відповідність результатів поставленим меті та завданням. Якщо робота є завершеною, керівник зазначає, що вона допущена до захисту.

б) Рецензія, підготовлена кваліфікованим журналістом-практиком або фахівцем медіагалузі, компетентним у темі роботи.

в) Протокол аналізу звіту подібності, оформлений науковим керівником.

г) Електронна версія роботи у форматі Microsoft Word (.doc або .docx), яку здобувач подає на кафедру.

д) Друкована та прошита робота з усією супровідною документацією повинна бути передана на кафедру не пізніше ніж за два тижні до дати захисту.

е) Захист має відкритий характер; на засіданні можуть бути присутні всі бажаючі.

Після оформлення необхідних документів бакалаврські роботи зберігаються на кафедрі до дня захисту.

Після отримання допуску до захисту бакалаврська робота передається на зовнішнє рецензування. Зовнішню рецензію може підготувати журналіст-практик, медіааналітик або інший фахівець, який має професійний досвід у відповідній темі.

Науковий керівник сприяє організації рецензування та комунікує з рецензентом щодо термінів і форми оцінки.

5.2. Захист роботи перед Екзаменаційною комісією

Захист бакалаврської кваліфікаційної роботи проводиться на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка».

Процедура захисту включає:

-виступ здобувача з презентацією роботи: інформаційного продукту чи проекту;

-запитання від членів комісії та присутніх;

-відповіді здобувача;

-оголошення відгуку наукового керівника та рецензії;

-заключне слово автора;

-оголошення рішення комісії щодо оцінки.

Структура доповіді здобувача передбачає такі елементи:

1. Тема роботи та дані про наукового керівника.
2. Обґрунтування актуальності теми.
3. Мета й завдання роботи.
4. Структура (план) роботи.
5. Авторська концепція; обґрунтування формату та жанрової структури.
6. Місце продукту серед аналогів у сучасному медіапросторі, характеристика міжнародного або міжкультурного компонента (якщо передбачено).
7. Опис цільової аудиторії.
8. Технічні та програмні засоби виконання роботи.
9. Труднощі, з якими довелося зіткнутися в процесі створення.
10. Заходи щодо просування продукту; потенційні шляхи розвитку проекту.
11. Загальні висновки.
12. Дані про апробацію матеріалів (публікації, показ проекту, розміщення на медіаплатформі тощо).

Доповідь обов'язково супроводжується презентацією. Здобувач демонструє створений інформаційний продукт (відео, подкаст, сайт, серію матеріалів тощо).

Тривалість виступу – 10 хвилин.

Початок виступу має містити офіційне звертання:

«Шановний Голово Екзаменаційної комісії, шановні члени Екзаменаційної комісії...»

Після відповідей на запитання слово надається науковому керівникові, який оголошує відгук. Здобувач коротко реагує на зауваження. Потім зачитується рецензія, на яку здобувач також відповідає.

Наприкінці автор дякує керівникові, рецензентові, голові і членам комісії за увагу.

Результати захисту фіксуються у протоколі засідання ЕК.

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Згідно з Положенням про організацію атестації здобувачів вищої освіти, оцінювання бакалаврської кваліфікаційної роботи здійснюється на засадах студентоцентрованого підходу і включає такі складники:

- оцінка наукового керівника;
- оцінка рецензента;
- рівень обґрунтованості та коректності виконання роботи;
- рівень практичної цінності та застосовності результатів;
- ступінь самостійності здобувача;
- рівень сформованості знань і професійних умінь;
- якість презентації та захисту роботи.

Оцінювання бакалаврської роботи охоплює такі критерії:

Обґрунтованість концепції та структури інформаційного продукту/проєкту

Оцінюється логічність викладення ідеї, цілісність проєкту, відповідність його елементів поставленим завданням, продуманість етапів реалізації (20 балів).

Креативність та актуальність медіапроєкту

Враховується своєчасність теми, оригінальність авторського підходу, використання доступних медіатехнологій та інструментів (10 балів).

Практична значущість проєкту

Визначається його корисність для цільової аудиторії, можливість використання в реальній журналістській практиці (10 балів).

Самостійність виконання

Підтверджується самостійною розробкою ідеї, підготовкою матеріалів, організацією процесу створення та обробки контенту (10 балів).

Аналіз і використання професійного досвіду в журналістиці

Оцінюється знання сучасних підходів, вміння застосувати приклади провідних українських і міжнародних медіапрактик, аргументованість обраних методів роботи (20 балів).

Мовно-стилістичне оформлення та презентаційна культура

Перевіряється дотримання норм української мови, професійний стиль подачі матеріалу, логічність і виразність презентації (5 балів).

Якість оформлення медіапроєкту

Оцінюється естетичність і структурність подання матеріалів (макет, візуальні елементи, графіка, мультимедійні елементи), дотримання вимог до оформлення (5 балів).

Успішність захисту роботи

Визначається послідовністю та чіткістю доповіді, здатністю аргументовано представляти результати, якістю відповідей на запитання членів ЕК, умінням використовувати демонстраційні матеріали (20 балів).

Мовні вимоги до захисту

Захист бакалаврської кваліфікаційної роботи проводиться державною мовою.

Захист іноземною мовою може бути дозволений за рішенням випускової кафедри на підставі заяви здобувача та за наявності реферату державною мовою (10–15 сторінок).

Потрібні документи: витяг із протоколу засідання кафедри та згода голови ЕК. За необхідності на захисті може бути присутній перекладач.

Запитання членів комісії можуть ставитися різними мовами; відповіді здобувача – державною або іноземною (залежно від рішення ЕК). Протокол засідання оформлюється державною мовою із зазначенням мови захисту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутиріна М. В., Анікеєнко М. П. Компетентнісна модель журналістської освіти в оцінці стейкхолдерів. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2021 р., № 2 (46). С.136-143
2. Бутиріна М. В., Анікеєнко М. П. Професійні вимоги до професії журналіста: компетентнісний підхід. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2021 р., № 3 (47). С.80-88.
3. Кодекс академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2020. 12 с.
4. Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2024. 48 с.
5. Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (зі змінами та доповненнями від 18.09.2018, 11.12.2018, 08.12.2021 та 27.06.2024, затвердженими Вченою радою університету) / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2024. 38 с.
6. Стандарт вищої освіти зі спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Чинний від 2019-06-02. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток А

Рекомендовані теми кваліфікаційних робіт

- 1.«Сучасні літературні тренди серед молоді» (серія подкастів або відеооглядів).
- 2.«Ментальне здоров'я студентів: думки вголос» (подкаст, серія інтерв'ю).
- 3.«Підтримка локальних підприємців Дніпра» (серія інтерв'ю з власниками малого бізнесу).
- 4.«Фотожурналістика під час війни: етика і ризики» (фотопроект із текстовим супроводом).
- 5.«Локальний спорт як медійний феномен» (серія матеріалів або відеоінтерв'ю).
- 6.«Промисловий Дніпро: історії успіху та виклики» (мультимедійний репортаж).
- 7.«Жінки в промисловому секторі Дніпра» (серія подкастів).
- 8.«Інновації у виробництві: стартапи та молодь» (відеопроект).
- 9.«Енергетична ефективність у містах: локальні кейси» (серія аналітичних матеріалів).
- 10.«Життя в промислових районах Дніпра» (репортажі або фотопроект).
- 11.«Громадські ініціативи з благоустрою та розвитку міста» (інформаційна кампанія).
- 12.«Соціальні аспекти роботи великих підприємств» (серія аналітичних матеріалів).
- 13.«Вплив промисловості на довкілля та екологія міста» (аудіо- або відеопроект).
- 14.«Медіа про підтримку ветеранів та промислових робітників» (серія публікацій).
- 15.«Дніпровські стартапи: шлях від ідеї до реалізації» (мультимедійний проект).
- 16.«Цифрова трансформація промислових компаній» (серія відео або подкастів).
- 17.«Волонтерські ініціативи для промислових міст» (репортажна серія).
- 18.«Інклюзивність на виробництві» (серія матеріалів про адаптацію робочих місць).
- 19.«Молодь і професійне самовизначення в промисловому Дніпрі» (серія інтерв'ю зі студентами НТУ Дніпровська політехніка).
- 20.«Безпечні робочі практики на заводах» (мультимедійний проект).

- 21.«Підтримка місцевих культурних центрів у промисловому місті» (серія матеріалів).
- 22.«Сталий розвиток міст: локальні кейси Дніпра» (подкаст або відео).
- 23.«Промислові підприємства і громада: партнерство заради розвитку» (серія публікацій).
- 24.«Роль медіа у формуванні образу Дніпра як інноваційного міста» (аналітична серія публікацій).
- 25.«Медіаосвіта для підлітків: онлайн-курс або подкаст» (навчальний проєкт).
- 26.«Промислова журналістика: розслідування умов праці на заводах» (серія репортажів).
- 27.«Етична фотожурналістика у промислових містах» (фотопроект).
- 28.«Стартапи та інновації у сфері чистої енергії» (серія матеріалів або відео).
- 29.«Місцеві громади та культурна спадщина: медійний репортаж» (серія статей та фото).
- 30.«Створення та ведення інформаційного телеграм-каналу» (проект із концепцією, контент-планом і дизайном).
- 31.«Медіа про підтримку освіти та професійної підготовки» (серія подкастів або відео).
- 32.«Дніпро та соціальні ініціативи для сталого розвитку міста» (мультимедійний проєкт із серією публікацій, інтерв'ю та інфографіки).
- 33.«Генерація новин штучним інтелектом: вплив на журналістські стандарти та професійну етику» (дослідницький та аналітичний проєкт).
- 34.«Алгоритми соціальних мереж та інформаційні бульбашки: як AI впливає на локальну аудиторію» (відео або подкаст-серія).
35. «Жінки-військові та волонтерки Дніпра: відображення в локальних медіа – серія публікацій або подкаст».

Форма 8. Титульний аркуш пояснювальної записки кваліфікаційної роботи

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

(інститут)

(факультет)

Кафедра

(повна назва)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня _____
(бакалавра, спеціаліста, магістра)

студента _____
(ПІБ)

академічної групи _____
(шифр)

спеціальності _____
(код і назва спеціальності)

спеціалізації за освітньо-професійною програмою _____
(за наявності)

(офіційна назва)

на тему _____

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи				
розділів:				
Рецензент				
Нормоконтролер				

Дніпро
20 ____

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри

(повна назва)

(підпис)

(ініціали та прізвище)

« _____ » _____ 20 ____ року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу
ступеня _____

(бакалавра, магістра)

здобувача вищої освіти _____ академічної групи _____
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності _____

спеціалізації за освітньою-професійною програмою _____
(за наявності)

на тему _____

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____ № _____

Розділ	Зміст	Термін виконання

Завдання видано _____
(підпис керівника) (ініціали та прізвище)

Дата видачі _____

Дата подання до екзаменаційної комісії _____

Прийнято до виконання _____
(підпис здобувача вищої освіти) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена розробці медійного проєкту з висвітлення промислових інновацій в Україні.

Об’єкт дослідження – комунікаційні процеси у сфері промислових медіа та специфіка подання технологічної інформації.

Мета роботи полягає у створенні інформаційного продукту, який популяризує нові технології, сприяє підвищенню професійної обізнаності цільової аудиторії та демонструє сучасні підходи до промислової журналістики.

Отримані результати включають підготовку мультимедійного контенту (тексти, графіка, відео), обґрунтування формату і каналів поширення, а також аналіз цільової аудиторії і прогноз ефективності комунікації.

Новизна роботи полягає у розробці комплексного інформаційного продукту з промислової журналістики, який поєднує сучасні медіатехнології та ефективні комунікаційні стратегії для залучення професійної та широкої аудиторії.

Технічні характеристики проєкту: онлайн-платформа, інтеграція мультимедійного контенту та соціальних мереж.

Цільова аудиторія – спеціалісти промислових галузей, студенти технічних спеціальностей та широка зацікавлена публіка.

Ключові слова: промислова журналістика, медіапроєкт, інформаційний продукт, мультимедіа, технології, комунікації, цільова аудиторія.

ABSTRACT

The Bachelor's thesis focuses on industrial journalism, addressing the challenge of effectively communicating complex industrial processes and innovations to professional and general audiences.

The project proposes an informational media product that integrates modern media technologies, multimedia content, and strategic communication methods to enhance audience engagement and knowledge dissemination.

The technical characteristics of the project include a digital publication format with interactive features, supported by social media channels and professional online platforms for distribution.

The target audience comprises industry professionals, students of journalism and communication, and the general public interested in industrial developments.

The project demonstrates practical applicability by combining informative content with user-friendly media formats and strategic promotion to ensure broad reach and engagement.

Keywords: industrial journalism, media product, communication strategy, multimedia content, audience engagement, digital media, professional reporting.

**Приклади оформлення бібліографічного опису для списку посилань
(за ДСТУ 8302:2015)**

Книги

Один, два або три автори

1. Бутиріна М. В. Постправда: істиною володіє той, хто контролює наративи. Медіанаративи : колективна монографія. Дніпро : Ліра, 2022. С. 4–16.
2. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. 4th ed. London : SAGE Publications, 2010. 621 p.

Чотири і більше авторів

3. Економіка підприємства : навч. посіб. / Стеченко Д. М. та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 416 с.

Без автора

4. Український правопис. 4-те вид. Київ : Наукова думка, 2019. 392 с.

Дисертації та автореферати

5. Сидоренко І. О. Соціальні комунікації в умовах гібридної війни : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. Київ, 2020. 20 с.

Законодавчі та нормативні документи

6. Верховна Рада України. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 06.09.2025).

Статті

У науковому журналі (друкованому)

7. Денисюк І. І. Дискурс медіа в сучасній українській журналістиці. *Український інформаційний простір*. 2021. № 2 (10). С. 55–64.

В електронному журналі

8. Rösli B. Gedanken zu medientauglichen Militär-Experten. Stratos digital. 2023. URL: <https://backend.vtg.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-vtgch-files/files/2024/01/26/3d03d823-7afe-405c-b3f6-4f55de7d955c.pdf> (дата звернення: 06.09.2025).

Інтернет-ресурси

9. Міністерство освіти і науки України. Роз'яснення щодо умов вступної кампанії 2025 року. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news> (дата звернення: 06.09.2025).

Матеріали конференцій

10. Петренко Л. М. Особливості розвитку регіональних медіа в умовах діджиталізації. *Медіа і комунікація* : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф., м.Харків, 12 травня 2021 р. Харків : ХНУ ім. В. Каразіна, 2020. С. 120–124.

Навчальне видання

Бутиріна Марія Валеріївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Методичні рекомендації

для здобувачів ступеня бакалавра
освітньо-професійної програми «Журналістика»
зі спеціальності 061 Журналістика

Видано в авторській редакції.

Електронний ресурс.

Підписано до видання 02.09.2025. Авт. арк. 2,3

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка».
49005, м. Дніпро, просп. Дмитра Яворницького, 19.