

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



ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра маркетингу

М. В. Бутиріна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

Методичні рекомендації
для здобувачів ступеня магістра
освітньо-професійної програми «Журналістика, медіакомунікації та PR»
зі спеціальності С7 Журналістика

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Кваліфікаційна робота магістра [Електронний ресурс] : методичні рекомендації для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Журналістика, медіакомунікації та PR» зі спеціальності С7 Журналістика / уклад. М.В. Бутиріна; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2025. – 34 с.

Укладачі:

М.В. Бутиріна, д-р соц. ком., проф.

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

Уміщено теоретико-методичні відомості, науково-методичні підходи до підготовки кваліфікаційної роботи магістра журналістики, подано визначення основних категорій та понять у сфері медіакомунікацій та PR. Визначено змістові складові якісного виконання магістерської кваліфікаційної роботи, окреслено мету та завдання, вихідні дані для виконання кваліфікаційної роботи, вибір напрямку дослідження і теми роботи. Висвітлено структуру, зміст, загальні вимоги до тексту кваліфікаційних робіт, а також організацію виконання, рецензування, захисту та оформлення роботи. Наведено методичні рекомендації з дотримання академічної доброчесності та запобігання академічному плагіату. У підсумку проаналізовано критерії оцінки кваліфікаційної роботи магістра, що відповідають студентоцентрованому підходу до атестації.

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

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДГОТОВКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

1.1. Загальні положення

Кваліфікаційна магістерська робота є завершальним етапом навчання за освітньою програмою «Журналістика, медіакомунікації та PR», що виконується протягом навчального року та захищається перед екзаменаційною комісією. Вона є підсумком здобутих студентами знань, умінь і практичних навичок у межах обов'язкових та вибіркових компонентів освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Магістерська робота має підтвердити готовність здобувача до розв'язання завдань дослідницького, аналітичного та/або інноваційного характеру у сфері журналістики, медіакомунікацій та зв'язків з громадськістю. Виконання та публічний захист кваліфікаційної роботи є формою атестації, за результатами якої приймається рішення про присудження ступеня магістра журналістики.

Організація підготовки та захисту магістерських робіт здійснюється відповідно до законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», нормативно-правових актів МОН України, а також чинного Стандарту вищої освіти України за спеціальністю С7 Журналістика.

Згідно із Стандартом вищої освіти магістерські роботи можуть набувати характеру таких двох типів робіт:

- дослідницька (наукова) робота;
- практичний проєкт (медіапродукт, PR-кампанія, аналітичний чи комунікаційний проєкт тощо).

У роботі суворо забороняється академічний плагіат і фальсифікація результатів. Результати дослідження або практичного проєкту можуть бути апробовані у вигляді публікацій у фахових та наукових виданнях, виступів на конференціях, презентацій у професійному середовищі.

Мета магістерської роботи передбачає виявлення рівня сформованості інтегральної компетентності здобувача, що полягає у здатності самостійно вирішувати завдання дослідницького, творчого та інноваційного характеру у сфері журналістики, медіакомунікацій та зв'язків з громадськістю.

Основні завдання магістерської роботи передбачають:

- систематизацію, закріплення та розширення теоретичних і практичних знань із журналістики, медіакомунікацій та PR і застосування їх для вирішення професійних завдань;
- формування навичок виявлення й опису проблеми наукового, практичного чи комунікаційного характеру та визначення шляхів її вирішення;
- розвиток умінь аналізу та систематизації інформації про медіаринок (світового, національного або регіонального рівнів), прогнозування його тенденцій та формування стратегії розвитку медійних і комунікаційних проєктів;
- набуття досвіду використання сучасних цифрових технологій, методів аналізу та прогнозування у медійних дослідженнях і практичних розробках;
- опанування навичок публічної презентації та захисту власного медіапродукту або дослідницької роботи.

Захист магістерської роботи проводиться у формі відкритого публічного виступу перед екзаменаційною комісією. За його результатами ухвалюється рішення про присудження здобувачу ступеня вищої освіти «магістр».

1.2. Вибір теми магістерської роботи

Тематика кваліфікаційної магістерської роботи має відповідати професійним інтересам здобувача, узгоджуватися з актуальними напрямками науково-дослідної та навчально-практичної діяльності кафедри маркетингу, що є випусковою за освітньою програмою.

Розробку тематичного спрямування магістерських робіт координує кафедра. Під час розгляду і затвердження тем враховуються професійні інтереси студентів, сформовані протягом навчання, а також специфіка майбутньої професійної діяльності випускника.

При виборі теми враховуються такі критерії:

- для дослідницьких (наукових) робіт: актуальність теми, наукова новизна, практичне значення результатів, можливість застосування їх у сфері журналістики, медіакомунікацій та PR;

- для практичних проєктів: актуальність і креативність ідеї, наявність ресурсів для її реалізації, можливість отримання результативного продукту у визначені терміни, орієнтація на реальні комунікаційні потреби та аудиторію.

Здобувач має право запропонувати власну тему з обґрунтуванням її доцільності. Перевага зазвичай надається темам, що безпосередньо пов'язані з професійними планами студента чи діяльністю у сфері журналістики, медіакомунікацій та PR.

Тема кваліфікаційної роботи обирається за погодженням із науковим керівником і затверджується на засіданні кафедри та вченої ради факультету.

Важливі обмеження при виборі теми:

- у здобувачів не можуть дублюватися;
- не допускається виконання робіт на тему, з якої (або близької до неї) вже захищалася магістерська робота протягом останніх трьох років;
- теми зміни або уточнення теми можливі лише з об'єктивних причин і за погодженням із науковим керівником; самовільна зміна теми не допускається.

Назва кваліфікаційної магістерської роботи повинна бути лаконічною, чітко окреслювати предмет дослідження чи характеристики медіапроєкту, відображати його мету та відповідати змісту. У назві слід уникати складних термінів, маловідомих скорочень та аббревіатур.

1.3. Керівництво роботою

Призначення наукових керівників

Наукове керівництво кваліфікаційними магістерськими 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 магістерської 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 магістерської роботи, інформує завідувача кафедри про її готовність до захисту;
- сприяє апробації результатів дослідження чи проєкту (йдеться про участь у наукових конференціях, підготовку тез, статей, презентацій тощо);
- готує письмовий відгук на кваліфікаційну магістерську роботу та сприяє організації зовнішнього рецензування.

1.4. Етапи підготовки та виконання магістерської роботи

Процес виконання кваліфікаційної магістерської роботи включає кілька послідовних етапів, які забезпечують її наукову обґрунтованість, практичну цінність та готовність до публічного захисту.

Основні етапи:

- Вибір теми та її затвердження на засіданні кафедри маркетингу та вченої ради фінансово-економічного факультету.
- Формулювання обґрунтування теми, визначення мети і завдань дослідження чи практичного проєкту.
- Виконання роботи згідно до одного з підходів, що узалежнюються типом магістерської роботи:

Для дослідницьких (наукових) робіт:

- визначення структури та складання плану роботи, його узгодження з науковим керівником;
- підбір і попередній аналіз джерел та літератури;
- підготовка та поетапне подання чернеток розділів роботи науковому керівнику;
- підготовка повного попереднього варіанту роботи;

- доопрацювання тексту з урахуванням зауважень наукового керівника;
- подання доопрацьованої роботи на кафедру.

Для практичних проєктів:

- складання календарного плану реалізації проєкту;
 - проведення досліджень, що передують реалізації проєкту (наприклад, дослідження цільової аудиторії, дослідження медіаринку, SWOT-аналіз медіаорганізації/ комунікаційного відділу підприємства тощо);
 - визначення формату та жанрової специфіки медіапроєкту;
 - вибір технічних і програмних засобів для його реалізації;
 - створення контенту/продукту та його апробація;
 - визначення критеріїв і засобів оцінювання результативності проєкту;
 - підготовка чернеткового варіанту пояснювальної записки та подання її науковому керівнику;
 - доопрацювання пояснювальної записки з урахуванням рекомендацій керівника;
 - подання матеріалів на кафедру.
- Розгляд роботи кафедрою та ухвалення рішення про допуск до захисту.
 - Перевірка роботи на академічну доброчесність.
 - Отримання письмового відгуку наукового керівника.
 - Зовнішнє рецензування кваліфікаційної роботи.
 - Публічний захист магістерської роботи на засіданні екзаменаційної комісії.

2. СТРУКТУРА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

2.1. Загальні вимоги

Кваліфікаційна магістерська робота виконується варіативно як завершене наукове дослідження або як практичний проєкт з пояснювальною запискою. Вона повинна мати чітку структуру, логічно послідовний виклад матеріалу та відповідати вимогам академічної доброчесності. Рекомендований обсяг кваліфікаційної роботи ступеня магістр складає 60 – 85 сторінок.

Обов'язковими структурними елементами роботи є:

- титульний аркуш;
- завдання на виконання кваліфікаційної роботи;
- реферат;
- зміст;
- перелік умовних позначень (за потреби);
- вступ;
- основна частина (розділи роботи);
- висновки та пропозиції;
- список використаних джерел;
- додатки (за наявності).

Кожен структурний елемент повинен розпочинатися з нової сторінки та мати відповідний заголовок.

2.2. Титульний аркуш

Титульний аркуш оформлюється за встановленим університетом зразком (див. Додаток А).

Він повинен містити таку інформацію:

- повна офіційна назва закладу вищої освіти (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»);
- назва факультету та кафедри, де виконана робота (кафедра маркетингу, фінансово-економічний факультет);
- тема магістерської роботи;
- курс навчання, шифр академічної групи, освітній рівень («магістр»);
- найменування спеціальності та галузі знань (С7 Журналістика);
- назву освітньої програми («Журналістика, медіакомунікації та PR»);
- прізвище, ім'я та по батькові здобувача;
- прізвище, ім'я та по батькові наукового керівника, його науковий ступінь і вчене звання;
- місто і рік захисту роботи (Дніпро, 2025).

При поданні друкованої версії магістерської роботи на кафедру студент ставить власний підпис на титульному аркуші, що підтверджує її самостійне виконання.

2.3. План магістерської роботи

План кваліфікаційної магістерської роботи подається у вигляді змісту, який містить послідовно подані назви всіх структурних елементів роботи (крім титульного аркуша та власне змісту) із зазначенням номерів сторінок, на яких починається відповідний елемент.

Зміст відображає ієрархію структурних складників:

- елементи 1 рівня – Перелік умовних позначень, Вступ, Розділи, Висновки, Додатки;
- елементи 2 рівня – підрозділи.

На початку сторінки по центру друкується слово **ЗМІСТ** (без лапок).

Приклад оформлення змісту подано у Додатку Б.

2.4. Перелік умовних позначень

Перелік умовних позначень не є обов'язковим елементом магістерської роботи. Його включають у тих випадках, коли дослідження містить аббревіатури, символи, специфічні терміни, маловідомі скорочення тощо.

Перелік оформлюють у дві колонки:

- у лівій колонці в алфавітному порядку подають позначення або термін;
- у правій колонці – їхнє пояснення.

Якщо у тексті магістерської роботи певний термін чи скорочення вжито менше трьох разів, його не включають до переліку. У такому випадку тлумачення подають безпосередньо в тексті під час першого згадування.

2.5. Реферат

У рефераті подаються такі структурні елементи:

1. Заголовок:

Слово РЕФЕРАТ пишеться великими літерами, без лапок, по центру рядка.

2. Обсяг:

Зазвичай 1–2 сторінки (800–1200 слів), оформлюється як структурований текст, без зайвих відступів чи нумерації пунктів.

3. Обов'язкові складові:

– Відомості про роботу:

- кількість сторінок пояснювальної записки;
- кількість рисунків, таблиць, додатків, використаних джерел.

– Короткий зміст роботи:

- що досліджувалося;
- які об'єкти та явища розглядалися;
- основні методи дослідження;
- основні результати.

– Об'єкт дослідження (розроблення):

Чітке визначення, що саме є предметом аналізу чи моделювання.

– Мета роботи:

Сформульована стисло, конкретно, відповідно до завдань.

– Положення, що захищаються:

Ключові наукові або практичні результати, які претендують на новизну.

– Інформація щодо впровадження (за наявності):

Де й як можуть бути використані результати.

– Зв'язок із навчальною та науковою діяльністю:

Наприклад, виконані курсові роботи, участь у наукових конференціях тощо.

– Практична цінність, соціально-економічна ефективність:

Де результати можуть бути застосовані, яку користь вони приносять.

– Висновки і пропозиції:

Основні рекомендації та напрями подальшого розвитку об'єкта.

– Методи дослідження:

Зазначити, які саме (статистичні, анкетування, аналіз, моделювання тощо).

– Ключові слова:

Подати 5–7 ключових слів (усі великими літерами, через кому).

Приклад оформлення реферату наведено у Додатку Г.

2.6. Вступ

У Вступі до магістерської роботи розкривають сутність і стан наукової проблеми, її значущість, вихідні дані для розроблення теми, а також обґрунтовують необхідність проведення дослідження.

У чіткій послідовності подаються такі елементи:

Актуальність дослідження.

– *Для дослідницької роботи:* здобувач, послуговуючись критичним аналізом і порівнянням з відомими рішеннями, обґрунтовує актуальність і

доцільність дослідження для розвитку науки чи виробництва, зокрема з урахуванням національних інтересів України.

Актуальність визначається через:

1. місце дослідження у загальній проблемі;

2. окреслення нерозв'язаних аспектів, які можуть бути розроблені в межах роботи.

– Для практичного проєкту: обґрунтовується тема, зокрема надається відповідь на запитання: «чому важливо створювати цей медіапроєкт?», «у чому його результативність і корисність для суспільства?».

Обсяг сформульованої актуальності не повинен бути багатослівним або повторювати загальновідомі факти. Орієнтовний обсяг — 0,5 - 1,0 сторінки.

Ступінь наукового розроблення теми.

У цьому розділі характеризуються публікації зарубіжних та українських дослідників, подається аналіз аспектів, що залишаються недостатньо висвітленими або не потрапили у поле зору науковців. (Для практичних проєктів цей пункт не подають.)

Мета дослідження.

Формулюється як кінцевий результат роботи, чітко й одним реченням. Не допускаються формулювання на кшталт: «дослідити», «вивчити», «проаналізувати» — це лише засоби. Правильне формулювання має містити, що саме здобувач прагне з'ясувати чи встановити.

Завдання дослідження.

Визначаються на основі мети і конкретизуються у вигляді дій: «дослідити», «простежити», «розробити», «визначити», «окреслити», «виокремити», «систематизувати», «обґрунтувати» тощо.

Об'єкт дослідження.

Процес або явище, яке породжує проблемну ситуацію та обране для вивчення.

Предмет дослідження.

Частина об'єкта або окремий аспект його функціонування. Предмет визначає тему роботи.

Методи дослідження.

Перелічуються методи, які застосовуються для досягнення мети та виконання завдань. Їхній опис супроводжується прикладом застосування, що демонструє логічність і доцільність вибору.

Наукова новизна отриманих результатів.

Подано перелік нових наукових положень, одержаних у процесі дослідження.

(Для практичних проєктів цей пункт не подають.)

Практичне значення отриманих результатів.

Надається стислий перелік висновків, рекомендацій чи пропозицій, які можуть бути використані у практичній діяльності.

Апробація результатів дослідження.

Вказуються конференції, семінари, (назви й дати), де презентувалися результати роботи.

Публікації.

Обов'язковий пункт. Перелічуються наукові статті та тези здобувача, пов'язані з темою роботи, із зазначенням видань.

Структура роботи.

Подати за зразком:

«Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків (якщо додатки відсутні, вони не згадуються)».

Кожний елемент вступу подається з нового абзацу, його назва виділяється напівжирним шрифтом.

2.7 (а). Основна частина (дослідницька робота)

Загальні положення

Основна частина кваліфікаційної магістерської роботи складається з трьох взаємопов'язаних розділів:

- теоретичного,
- аналітичного,
- рекомендаційного.

Кожний розділ повинен містити 2–3 підрозділи. Їхня структура має логічно відповідати завданням дослідження, визначеним у вступі.

Характеристика розділів

Розділ 1. Теоретичний (30–35 % від загального обсягу)

У першому розділі викладаються теоретичні засади дослідження. Передбачається, що здобувач:

- обґрунтовує сутність обраного явища чи процесу та показує його відмінність від інших подібних явищ і процесів;
- висвітлює історію розвитку явища;
- аналізує релевантну наукову літературу, сучасні розробки, статистичні матеріали з відкритих реєстрів та достовірних джерел;
- подає понятійно-категоріальний апарат;
- визначає та аргументує застосування методів та інструменти, які він використовуватиме в дослідженні.

Завданням розділу є демонстрація різноманіття наукових підходів до розв'язання певної проблеми та визначення власної дослідницької позиції.

Розділ 2. Аналітичний (35–40 % від загального обсягу)

Передбачається, що у цьому розділі здобувач поєднує напрацьовану теоретичну базу з практичним застосуванням обраних дослідницьких методів. Розділ має містити результати власного дослідження здобувача. При цьому рекомендовано застосувати такі кроки:

- описати проблемну ситуацію;
- проаналізувати її генезис та динаміку;
- визначити ключові чинники та зацікавлених стейкхолдерів, що впливають на проблему;
- окреслити найбільш значущі аспекти ситуації;
- виявити можливі напрями подальшого розвитку чи вирішення проблеми.

Для обґрунтування використовуються аналітичні методи: системний аналіз, опитування, контент-аналіз, SWOT-аналіз тощо.

Результати мають бути представлені у наочній формі: таблицях, графіках, діаграмах.

Важливо підкреслити власний внесок у дослідження, вказати на новизну отриманих результатів, а також зіставити їх з напрацюваннями інших дослідників.

Розділ 3. Рекомендаційний (25–30 % від загального обсягу)

У цьому розділі здобувачем подаються практичні рекомендації та пропозиції, які ґрунтуються на результатах попередніх розділів. Зокрема, пропонуються шляхи розв’язання виявленої проблеми; демонструються можливості використання позитивного зарубіжного чи вітчизняного досвіду тощо.

Якщо тема є занадто масштабною, варто виділити окремий аспект і розробити рекомендації саме для нього (структура: підрозділ 3.1: аналіз аспекту, підрозділ 3.2: практичні пропозиції).

Рекомендації мають відповідати таким вимогам:

- бути оптимальними за змістом і масштабом;
- забезпечувати досягнення поставленої мети;
- мати реальне практичне застосування.

2.7 (б). Основна частина (практичний проєкт)

Загальні положення

Якщо кваліфікаційна магістерська робота виконана у форматі практичного проєкту (медіапродукту), основною частиною роботи є пояснювальна записка. Вона поєднує в собі теоретичне обґрунтування створення проєкту та детальний опис його основних характеристик – типологічних, змістових, жанрових, структурно-композиційних. Пояснювальна записка дає змогу зрозуміти логіку створення медіапроєкту та оцінити його практичну цінність.

Структура пояснювальної записки є обов’язковою та включає три основні розділи:

Розділ 1. Теоретичні засади

Розділ 2. Специфікація продукту

2.1. Обґрунтування медіапроєкту

2.2. Структура

2.3. Жанровий вимір

2.4. Семіотичний вимір проєкту/продукту

2.5. Авторська ідея

2.6. Особливості цільової аудиторії

Розділ 3. Технічні та програмні засоби, необхідні для реалізації проєкту

Вносити зміни у запропоновану структуру не дозволяється, щоб зберегти цілісність і стандартизованість методичного оформлення.

Зміст розділів

Розділ 1. Теоретичні засади

У цьому розділі здобувач повинен подати теоретичне обґрунтування обраного типу медіа та специфіку роботи з ним. Розкриваються вимоги до медіа певного виду, а також аналізуються найкращі приклади подібних творчих проєктів. Важливо, щоб матеріал викладався послідовно і логічно, демонстрував самостійність автора, відповідав нормам наукового стилю, орфографії та пунктуації. При цьому власні аргументи рекомендується ілюструвати короткими цитатами з наукових джерел та досліджень у сфері медіа.

Розділ 2. Специфікація продукту

2.1. Обґрунтування медіапроєкту

У цьому підрозділі потрібно обґрунтувати актуальність та необхідність створення проєкту. Здобувач аналізує медіаринок або комунікаційний простір: на рівні міста, регіону, країни тощо. Важливо охарактеризувати існуючі медіапроєкти, виявити їхні переваги та недоліки, визначити потреби та очікування потенційної аудиторії. Основна мета підрозділу – сформулювати концепцію власного проєкту, що буде унікальною, затребуваною та конкурентоспроможною.

2.2. Структура

Тут слід описати організацію медіапроєкту: його формат, обсяг (для друкованого видання), хронометраж (для теле- чи радіопрограм), кількість

матеріалів та рубрик, порядок подання контенту. Розділ допомагає показати, як структура проєкту забезпечує логічність і зручність сприйняття інформації.

2.3. Жанровий вимір

У цьому підрозділі подаються жанрові рішення проєкту. Важливо обґрунтувати, чому обрано ті чи інші жанри для конкретного медіапродукту з урахуванням його виду, тематики, періодичності виходу та потреб потенційної аудиторії.

2.4. Семіотичний вимір

Описуються знакові особливості проєкту, наголос робиться на візуальних характеристиках: логотип, обкладинка, головна сторінка сайту або оформлення телепередачі, кольорова гама, шрифти, музичний супровід (якщо застосовно). Важливо аргументувати вибір оформлювальних рішень та показати їхній вплив на сприйняття медіапродукту.

2.5. Авторська ідея

Підрозділ присвячено творчому задуму автора: розкриваються основна ідея, концепція розвитку проєкту, потенційні можливості його поширення (ефір, інтернет, друк). Необхідно показати, як авторська ідея поєднує практичне та творчо-концептуальне значення проєкту.

2.6. Особливості цільової аудиторії

В цьому підрозділі описується потенційна аудиторія медіапроєкту: вікові, гендерні, соціальні, психографічні та інші характеристики. За потреби виділяються окремі сегменти аудиторії, а також перспективи її розширення. Крім того, обґрунтовується вибір мови (мов) створення контенту та пояснюється, чому обрана цільова група є пріоритетною.

Розділ 3. Технічні та програмні засоби для реалізації медіапроєкту

У цьому розділі необхідно детально описати технічні та програмні засоби, які використовувалися під час створення медіапроєкту. Зокрема, слід охарактеризувати відео-, аудіо-, фото- та комп'ютерну техніку, а також програмне забезпечення, застосоване у роботі.

Кожен технічний пристрій подається з короткою характеристикою його основних параметрів та функціональних можливостей, а також з поясненням, чому саме цей засіб був обраний для реалізації проєкту.

Для програмного забезпечення потрібно зазначити:

- його призначення та основні можливості;
- відомості про розробника;

- тип ліцензії (shareware, freeware тощо) та вартість;
- обґрунтування вибору саме цього програмного засобу серед інших можливих альтернатив.

Таким чином, розділ демонструє технічну обґрунтованість використаних інструментів та дозволяє оцінити ефективність їх застосування у процесі створення медіапроєкту.

Вимоги до практичного проєкту магістерської роботи

Кваліфікаційна магістерська робота у формі практичного проєкту передбачає створення та захист готового медіапродукту, який вже оприлюднено на різних платформах або потенційно може бути оприлюднений, враховуючи його інформаційні, комунікаційні та інші характеристики.

Медіапродукт, що подається на захист, не може повторювати форму звітності з попередніх навчальних робіт, за винятком матеріалів, оприлюднених під час передатестаційної практики. При цьому обсяг таких матеріалів не може перевищувати 40 % від загального обсягу проєкту.

До медіапродукту, що виноситься на захист, можуть належати:

- електронне газетно-журнальне видання;
- цикл радіо- або телевізійних матеріалів;
- радіо- або телепрограма;
- документальний фільм;
- авторський онлайн-проєкт (вебсайт, блог, сторінка в соціальній мережі).

Газетно-журнальне видання

До захисту подаються друкований примірник видання та його PDF-версія.

Здобувач обирає конкретний тип газети або журналу відповідно до стандарту ДСТУ 3017 «Видання. Основні види». Формат друкованого видання має відповідати вимогам державного стандарту, а обсяг визначається фізичними друкованими аркушами (один аркуш – дві сторінки при двосторонньому друку).

Мінімальний обсяг газетного видання – 20 аркушів А4;

Мінімальний обсяг журнального видання – 30 аркушів А4, враховуючи значну частину шпальти для ілюстрацій.

Усі тексти та значна частина ілюстративного матеріалу повинні бути створені здобувачем самостійно. Використання чужих матеріалів дозволяється лише з обов'язковим зазначенням джерела та з дотриманням якості для поліграфічного відтворення. Всі авторські матеріали повинні бути хронологічно та тематично узгодженими, а їх актуальність – відповідати злові дня.

Цикл телевізійних або радіоматеріалів

До захисту подається запис циклу мінімум з 10 матеріалів, об'єднаних єдиною темою, разом із текстами сценаріїв. Рекомендована тривалість одного матеріалу – не менше 3 хвилин.

Телевізійна чи радіопрограма

До захисту подається запис програми на електронному носії, трейлер проєкту та текст сценарію. Хронометраж програми має становити не менше 30 хвилин.

Документальний фільм

Фільм має стосуватися актуальної теми та мати тривалість не менше 30 хвилин, разом із текстом сценарію. Усі сценарії повинні бути написані здобувачем самостійно. Музичний супровід і заставки стороннього авторства можна використовувати, але з обов'язковим зазначенням автора у пояснювальній записці.

Авторський онлайн-проєкт

Здобувач має бути автором проєкту та активно наповнювати його власними текстовими, фото- та відеоматеріалами. На сайті, сторінці у соціальних мережах або блозі має бути не менше 30 різножанрових авторських матеріалів. Використання чужих матеріалів можливе лише з обов'язковим зазначенням джерела. Всі матеріали повинні бути хронологічно та тематично узгодженими.

Під час захисту здобувач демонструє перспективність функціонування проєкту, актуальність тематики, логічну структуру та широту охоплення сучасних аспектів життя.

2.7. Висновки

У цьому розділі здобувач підсумовує результати виконаної роботи, дає відповіді на завдання, поставлені у Вступі, та оцінює, наскільки вони були виконані повністю. Тут також варто зазначити труднощі, що могли виникнути при реалізації кваліфікаційної роботи, обґрунтувати нові наукові або практичні результати, отримані в процесі дослідження.

Висновки повинні мати самостійний характер та базуватися лише на матеріалі самої роботи, без додаткових джерел чи сторонніх даних.

Для зручності сприйняття кожен пункт висновків доцільно нумерувати. Кожне завдання, визначене у Вступі, має відобразитися хоча б в одному пункті висновків.

Рекомендований обсяг розділу – не більше п'яти сторінок.

2.8. Список використаних джерел

Список використаних джерел включає наукові та науково-популярні видання, публікації у періодичних виданнях та онлайн-ресурси, на які здобувач спирався під час підготовки кваліфікаційної магістерської 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 В.

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.

2.9. Документація

Розділ 2.9 включається лише у кваліфікаційні магістерські роботи у формі практичного проєкту. У цьому розділі здобувач подає матеріали, що супроводжували створення медіапродукту.

До таких матеріалів можуть входити:

- інформаційний кейс;
- сценарна заявка;
- план виробництва твору;
- покроковий сценарій або сценарний документ відповідно до обраного жанру чи формату;
- оригінал-макет номера журналу;
- тексти власних публікацій та інші супровідні матеріали.

Документація має демонструвати процес створення проєкту та відображати всі ключові етапи підготовки медіапродукту.

2.10. Додатки

Додатки є необов'язковим структурним елементом кваліфікаційної магістерської роботи.

У Додатки можна включати два основні типи матеріалів:

1. Ілюстративні матеріали та таблиці, що містять результати досліджень і за розміром або деталізацією не можуть бути розміщені в основному тексті роботи.

2. Текстові або графічні матеріали, таблиці та документи, які доповнюють зміст роботи та поглиблюють розуміння представлених даних. У Додатки не включають матеріали, що не мають прямого стосунку до теми дослідження.

Додатки нумерують за алфавітним принципом: *Додаток А, Додаток Б, Додаток В* тощо. Кожен новий додаток починають з окремої сторінки.

Обсяг Додатків не обмежується й визначається конкретними потребами магістерської роботи.

Якщо у Додатках використано матеріали інших авторів, обов'язково наводять посилання на джерело.

3. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБІТ

3.1. Загальні вимоги до оформлення роботи

3.1.1. Береги та нумерація сторінок

Кваліфікаційну магістерську роботу друкують на аркушах білого паперу формату А4 (210×297 мм) із використанням комп'ютерної техніки. Текст розміщується лише на одній стороні аркуша. Під час друку необхідно дотримуватися полів: верхнє та нижнє – по 2 см, ліве – 3 см, праве – 1,5 см.

Сторінки нумерують послідовно, починаючи з першої, арабськими цифрами у правому верхньому куті. Номер на титульному аркуші не ставиться.

3.1.2. Оформлення тексту

Текст магістерської роботи оформлюють за такими параметрами: шрифт **Times New Roman**, розмір 14 пт, міжрядковий інтервал 1,5, чорний колір тексту на білому фоні.

Для абзаців, нумерованих та маркованих списків встановлюють вирівнювання по ширині та абзацний відступ **5 знаків** (приблизно 1,25 см). Додаткові вимоги до оформлення заголовків, тексту у таблицях та інших елементів наведено у §§ 3.1.3–3.1.7.

3.1.3. Зміст роботи

Зміст магістерської роботи рекомендують формувати автоматично за допомогою текстового редактора. Він повинен включати всі структурні елементи роботи із зазначенням номерів сторінок.

Вимоги до оформлення елементів змісту:

- номери сторінок вирівнюються вправо, проміжки між назвою та номером заповнюються крапками;
- для елементів 1 рівня: без абзацного відступу, шрифт звичайний, усі літери прописні;
- для елементів 2 рівня: відступ зліва 0,5–1 см, шрифт звичайний;
- не використовувати напівжирний, курсив або інші стилі шрифту у змісті.

3.1.4. Заголовки

Структурні елементи 1-го рівня (зміст, перелік умовних позначень, вступ, розділи, висновки, додатки, список використаних джерел) починають з нової сторінки. Елементи нижчого рівня розміщують після попереднього. Кожен структурний елемент починається із заголовка – окремого абзацу, після якого подається текст.

Вимоги до оформлення заголовків:

- **1-й рівень:** вирівнювання по центру, напівжирний шрифт, усі літери прописні, нова сторінка перед заголовком, абзацного відступу немає, інтервал після заголовка не менше 30 пт;
- **2-й та нижчі рівні:** вирівнювання по ширині, напівжирний шрифт, абзацний відступ як у тексті, інтервали перед і після абзацу по 6 пт;
- крапку в кінці заголовка не ставлять.

Нумерація розділів: після слова **РОЗДІЛ** проставляють номер арабською цифрою (1, 2, 3), після якого заголовок починають із нового рядка. Підрозділи 2-го рівня оформлюють як **Х.У. Заголовок підрозділу**, де Х – номер розділу, У – номер підрозділу. Після номера ставлять крапку. Заголовки 1-го та 2-го рівнів обов'язково мають бути відображені у змісті.

3.1.5. Таблиці

Таблиці використовують для подання числових даних та однотипної інформації.

Кожна таблиця має **номер та назву**, розташовані на початку таблиці.

Оформлення таблиць:

- номер розміщують справа: Табл. Х.У., де Х – номер розділу (додатку), У – номер таблиці;
- назву пишуть з нового рядка, вирівнювання по центру, без крапки в кінці;
- після назви подають саму таблицю на тій же сторінці;
- заголовки граф (перший рядок) називають головкою таблиці, заголовки рядків (перша колонка) – боковином;
- можна додавати підзаголовки та зазначати одиниці вимірювання у дужках;
- якщо таблиця не вміщується на одну сторінку, головку повторюють на наступній; колонки таблиці розміщують на одній сторінці;
- таблицю вирівнюють по центру, границі колонок – чорні лінії 0,5 пт, ширина – 50–100 % робочого поля;
- великі таблиці розміщують у додатках.

3.1.6. Рисунки

Для ілюстрації тексту можна використовувати рисунки: діаграми, графіки, схеми. Фотографії, карти, зображення сайтів та інші матеріали розміщують у додатках.

Рисунки, що займають половину сторінки або більше, переносять у додатки.

Кожен рисунок має підпис у форматі: Рис. Х.У. назва, де Х – номер розділу (додатку), У – номер рисунка. Підпис розміщують на тій же сторінці, що й рисунок.

Вимоги до рисунків:

- без абзацного відступу;
- вирівнювання по центру;
- звичайний шрифт;
- крапку після назви не ставлять.

3.1.7. Додатки

Додатки позначають великими літерами українського алфавіту, починаючи з А (літери Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ъ не використовуються). Один додаток позначають як Додаток А.

Назву вирівнюють по центру, шрифт – напівжирний, кожен додаток починають з нової сторінки.

Додатки не включають у зміст, проте у тексті роботи можливі посилання на них.

3.1.8. Покликання

Фактичні дані (цитати, числові показники, відомості про маловідомі факти тощо) обов'язково супроводжуються посиланням на конкретне джерело. У тексті магістерської роботи покликання оформлюють за зразком: [5, с. 28–29], де перша цифра – порядковий номер джерела у Списку використаних джерел, а друга цифра (цифри) – сторінки, на яких розміщено матеріал (наприклад, цитату або певні дані).

Якщо посилання робиться на декілька джерел, їх подають у квадратних дужках через крапку з комою:

- [5]
- [8, с. 34–36]
- [11, с. 248; 12, с. 48–50]

Покликання розташовують у кінці речення або його фрагмента, перед крапкою чи іншим кінцевим пунктуаційним знаком (комою, двокрапкою, крапкою з комою тощо).

Приклад:

Хорватський дослідник П. Баришич називає віковим антагонізмом протистояння між політикою і правдою. Занепад правдивості він подає як кошмар теперішнього часу. Нову комунікативну поведінку потрактовує як зменшення щирості й відкритості в міжособистісних стосунках [4].

Якщо в роботі використовують цитату автора, слід дотримуватися таких правил:

- текст цитати беруть у лапки; слова подають у тих граматичних формах, що й у джерелі, з усіма пунктуаційними знаками;
- цитата має бути повною, без довільних скорочень та спотворень думок автора; допускається пропуск слів, речень чи абзаців, якщо це не змінює змісту; пропуски позначають трьома крапками, розташованими на початку, всередині чи в кінці цитати; розділові знаки перед вилученим текстом не зберігають;
- кожна цитата повинна супроводжуватися покликанням на джерело;
- у разі непрямого цитування (переказу думок автора своїми словами) важливо точно передавати сенс і коректно оцінювати результати автора, із посиланням, наприклад: (цит. за [24]);
- кількість цитат має бути збалансованою: надмірне цитування створює враження компілятивності, недостатнє — знижує наукову цінність;

– якщо автор виділяє окремі слова у цитаті, після тексту робиться пояснення, наприклад: (курсив наш – Н. Р.), (підкреслено мною – Н. Р.), (виділено автором – Н. Р.).

У тексті роботи можливі також посилання на окремі елементи самої роботи, наприклад: рисунки, таблиці (див. рис. 1.2, зведені дані наведені у табл. 3.4) або на структурні блоки (наприклад, “як подано у підрозділі 2.1”, “детальніше питання розкрито у Розділі III”, “фотографії наведено у Додатку А” тощо).

Приклад: «М. Фуко пов’язує режим постправди з метавладою, тобто владою дискурсивною: вона не принижує, не забороняє, не пригнічує волю, вона «виробляє реальність, виробляє сферу своїх об’єктів, а також методів добування істини щодо них»» [38, с.142]

3.2. Оформлення Списку використаних джерел

Загальні правила оформлення Списку використаних джерел:

- джерела розміщують в алфавітному порядку; при цьому позиції, записані латиницею, подають після джерел кирилицею;
- кожне джерело включають до списку лише один раз, навіть якщо на нього є кілька посилань у тексті;
- джерела подають мовою оригіналу, без перекладу;
- список оформлюють як нумерований, із використанням арабських цифр, після яких ставлять крапку.

Приклади оформлення бібліографічного опису наведені у Додатку В.

4. ПІДГОТОВКА ДО ЗАХИСТУ ТА ЗАХИСТ

4.1. Підготовка до захисту перед Екзаменаційною комісією

Кваліфікаційну магістерську роботу друкують, прошивають та подають на кафедру маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» для подальшого подання на захист.

Захист відбувається перед Екзаменаційною комісією (ЕК), яка здійснює атестацію здобувачів вищої освіти за ОП «Журналістика, медіакомунікації та PR».

До роботи окремо додають супровідні документи, які вкладають у роботу, але не прошивають:

- а) відгук наукового керівника, у якому оцінюється якість виконання проєкту, зазначаються його переваги та недоліки, аналізується виконання поставлених мети та завдань. Якщо робота є самостійною та завершеною, керівник у відгуку зазначає, що роботу допущено до захисту;

б) рецензія, підготовлена досвідченим журналістом-практиком;
в) протокол аналізу звіту подібності, підготовлений науковим керівником;
г) електронна версія роботи у форматі Microsoft Word (.doc або .docx), яку автор передає на кафедру маркетингу;

д) готова робота (роздрукована і прошита, із вкладеною супровідною документацією) подається здобувачем на кафедру не пізніше ніж за два тижні до дати захисту в ЕК.

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

4.2. Зовнішнє рецензування

Після допуску здобувача до захисту кваліфікаційної магістерської роботи, роботу подають на зовнішню рецензію. Зовнішню рецензію може підготувати висококваліфікований фахівець, обізнаний із тематикою дослідження та який має науковий ступінь у відповідній галузі.

Науковий керівник здобувача сприяє організації отримання зовнішньої рецензії та взаємодіє з рецензентом щодо термінів і змісту оцінки.

4.3. Захист роботи перед Екзаменаційною комісією

Захист кваліфікаційної магістерської роботи проходить на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» за ОП «Журналістика, медіакомунікації та PR».

Процедура захисту включає:

- доповідь здобувача про зміст роботи;
- запитання до автора;
- відповіді здобувача на запитання членів комісії та присутніх;
- оголошення відгуку наукового керівника та рецензента;
- заключне слово здобувача;
- оголошення рішення комісії про оцінку роботи.

Структура доповіді здобувача:

1. Тема роботи та відомості про наукового керівника.
2. Коротке обґрунтування актуальності роботи.
3. Мета та завдання роботи.
4. Джерельна база (для дослідницьких робіт).
5. Використані методи та їх призначення (для дослідницьких робіт).
6. Структура (план) роботи.
7. Характеристика роботи (для дослідницьких робіт):
 - виконані завдання та отримані результати;
 - основні методи, що застосовувалися;

- загальний підсумок щодо досягнення поставленої мети.

Представлення проєкту (для проєктних робіт):

- авторська ідея;
- формат та його обґрунтування;
- місце проєкту серед подібних у сучасному медіапросторі;
- характеристика міжнародного компоненту проєкту;
- структура проєкту, жанрова палітра;
- цільова аудиторія;
- використані технічні та програмні засоби;
- труднощі, з якими довелося зіткнутися;
- заходи з просування (популяризації) проєкту серед цільової аудиторії;
- перспективи розвитку проєкту.

8. Загальні висновки до роботи.

9. Відомості про апробацію матеріалів дослідження або проєкту.

Доповідь здобувача обов'язково супроводжується демонстрацією електронної презентації. У разі захисту практичного проєкту здобувач також демонструє створений ним медіапроєкт.

Тривалість виступу здобувача становить 10 хвилин.

Початок доповіді починається з офіційного звертання до членів Екзаменаційної комісії, наприклад: «Шановний Голово Екзаменаційної комісії, шановні члени Екзаменаційної комісії...» Здобувач повинен чітко оголосити тему кваліфікаційної магістерської роботи. На запитання членів комісії слід відповідати коротко і лаконічно, без емоційних висловлювань.

Після завершення відповідей слово надається науковому керівникові для оголошення відгуку на роботу. Здобувач дякує за ґрунтовний аналіз і надає відповіді на зауваження. Далі секретар ЕК зачитує рецензію на роботу, на яку здобувач також повинен відповісти, акцентуючи основні зауваження рецензента.

Наприкінці виступу здобувач дякує науковому керівникові, рецензентові, голові та членам комісії за увагу. Під час захисту здобувач зобов'язаний дати вичерпні відповіді на всі зауваження членів ЕК. Результати захисту кваліфікаційної магістерської роботи фіксуються у протоколі Екзаменаційної комісії.

5. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

Згідно з Положенням про організацію атестації, п. 2.6.3, критеріями оцінювання захисту кваліфікаційної роботи, що відповідають студентоцентрованому підходу, є: 1) оцінка керівника; 2) оцінка нормоконтролера; 3) рівень інноваційності результатів для магістерських робіт; 4) рівень достовірності результатів; 5) рівень практичної цінності результатів; 6)

рівень знань; 7) рівень умінь/навичок; 8) рівень комунікації; 9) рівень автономії та відповідальності; 10) оцінка рецензента [4, с. 18].

Оцінювання кваліфікаційної роботи враховує такі критерії:

1. Обґрунтованість структури роботи та логіка викладу матеріалу. Оцінюється послідовність подання матеріалу, логічна побудова роботи та узгодженість викладу журналістських і медіакомунікаційних аспектів роботи (20 балів).

2. Широта охоплення й глибина використання наукової, професійної та методичної літератури. У роботі мають бути використані основні джерела з журналістики, медіакомунікацій та PR, публікації наукових і галузевих профільних видань за останніх 3–5 років (10 балів).

3. Обґрунтованість висновків і практичних рекомендацій. Висновки повинні випливати з аналізованого матеріалу та мати прикладну цінність для медіапрактики, PR-стратегій або комунікаційних проєктів (10 балів).

4. Самостійність проведеного дослідження або проєктної роботи. Підтверджується посиланнями на джерела, самостійним виконанням всіх етапів аналізу, підготовки матеріалів та реалізації медіапроєкту (10 балів).

5. Узагальнення й використання сучасного вітчизняного та міжнародного досвіду в медіакомунікаціях і PR. Здобувач повинен проаналізувати провідний досвід країн ЄС, США, обґрунтувати його застосування в українському контексті, оцінити ефект від реалізації запропонованих комунікаційних рішень (20 балів).

6. Мова і стиль викладу матеріалу. Робота повинна бути написана українською мовою, з дотриманням норм журналістського та академічного стилю, без орфографічних і стилістичних помилок (5 балів).

7. Якість оформлення роботи. Оформлення має відповідати нормам і стандартам, допускається творчий підхід у поданні таблиць, графіків, схем, макетів медіапроєктів (5 балів).

8. Успішність захисту кваліфікаційної роботи. Визначається доступністю, логічністю та виразністю виступу, переконливістю відповідей на запитання членів ЕК і присутніх, правильним використанням графічних і медіаінструментів, презентаційних та програмних засобів (20 балів).

Кваліфікаційна робота оцінюється за сто бальною шкалою з урахуванням думки членів ЕК, наукового керівника та рецензента.

Оцінювання проєктної роботи враховує такі критерії:

1. Обґрунтованість концепції та структури проєкту. Враховується логічність подання ідеї, цілісність проєкту, узгодженість концепції, планування етапів реалізації (20 балів).

2. Інноваційність та креативність медіапроєкту. Визначається унікальністю ідеї, використанням сучасних медіатехнологій, нових підходів до контенту та комунікацій (10 балів).

3. Практична цінність і застосовність проєкту. Оцінюється актуальність для цільової аудиторії, потенціал використання в професійній медіа- та PR-практиці, ефективність комунікаційних рішень (10 балів).

4. Самостійність виконання проєкту. Підтверджується самостійністю в розробці ідеї, підготовці матеріалів, організації реалізації проєкту та використанні медіаінструментів (10 балів).

5. Аналіз і використання сучасного досвіду в медіакомунікаціях і PR. Здобувач має показати знання провідного досвіду країн ЄС, США, обґрунтувати його застосування в українському контексті, оцінити комунікаційний ефект проєкту (20 балів).

6. Мова, стиль і презентаційна культура. Робота і супровідні матеріали мають бути виконані українською мовою, з дотриманням норм стилю, грамотності та професійного медіамислення, презентація — логічна і виразна (5 балів).

7. Якість оформлення медіапроєкту. Враховується естетика та структурність оформлення, подання матеріалів (графіки, таблиці, макети, відео, мультимедіа), дотримання стандартів оформлення (5 балів).

8. Успішність захисту проєкту. Визначається зрозумілістю та логічністю презентації, переконливістю демонстрації результатів, якістю відповідей на запитання членів ЕК і присутніх, ефективністю використання графічних і медіаінструментів (20 балів).

Згідно з «Положенням про організацію атестації здобувачів вищої освіти» НТУ «Дніпровська політехніка», захист кваліфікаційних робіт здобувачами вищої освіти проводиться державною мовою. Дозволяється також захист іноземною мовою за умови ухвалення випусковою кафедрою рішення про допуск до захисту іноземною мовою до початку засідання Екзаменаційної комісії, на підставі заяви здобувача та наявності реферату обсягом 10–15 сторінок, виконаного державною мовою. Підставою для захисту іноземною мовою є витяг з протоколу засідання кафедри та згода голови ЕК, який визначає необхідність присутності перекладача залежно від рівня володіння мовою членами комісії. Перекладачем можуть бути викладачі випускової кафедри, кафедр іноземних мов чи перекладу, а також здобувачі старших курсів відповідної спеціальності. Запитання членів комісії можуть ставитися будь-якою мовою, а відповіді здобувача — іноземною, якщо члени комісії не висловлять іншої вимоги. Протокол засідання ЕК оформлюється державною мовою із зазначенням мови захисту.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

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 [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2021.2\(46\).20](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2021.2(46).20)
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. Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка» / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2024. 48 с.
4. Терещук В. І. Політичні проблеми розвитку глобальної медійної системи в постбіполярний період : монографія. Київ : Таксон, 2019. 350 с.
5. Butyrina M., Shabunina V., Tur O. Discourse of User Comments in the System of Media Influence on Public Opinion: to the Application of Critical Discourse Analysis in the Study of Social Networks. Proceedings of the 7th International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems. Volume II: Computational Linguistics Workshop. Kharkiv, Ukraine, April 20-21, 2023. Pp. 478-489.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика. Затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України від 08.11.2022 р. № 994. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/2022/11/11/061-Zhurnalistyka.mahistr-994-08.11.2022.pdf>
2. Journalism is a public good: World trends in freedom of expression and media development; Global report 2021/2022. Paris: UNESCO, 2022. 160 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380618>
3. Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future / OECD. Paris: OECD Publishing, 2019. 257 p. doi: 10.1787/9789264311992-en

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклад оформлення титульного аркуша

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

Навчально-науковий інститут економіки
Фінансово-економічний факультет
Кафедра маркетингу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА кваліфікаційної роботи ступеня магістра

Здобувача вищої освіти Петренко Ірини Анатоліївни

академічної групи ЖКМ-24-1

спеціальності С7 Журналістика

за освітньо-професійною програмою «Журналістика, медіакомунікації та PR»

на тему: «Комунікаційні чинники функціонування публіцистичних текстів»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	д.соц.ком., проф. Бутиріна М.В.			
розділів:				
Рецензент	Сидоренко О.С.			
Нормоконтролер	Шевчук О.В.			

Дніпро
2025

Приклад оформлення змісту кваліфікаційної роботи

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТОСФЕРА ДОСЛІДЖЕНЬ CANCEL CULTURE У МЕРЕЖЕВОМУ КОМУНІКАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	8
1.1 Зібрана публіка у сучасному медіа-просторі.....	8
1.2 Масотвірні чинники мережевого середовища.....	15
1.3 Масова свідомість.....	21
1.4 Кенселінг.....	31
РОЗДІЛ 2. ПРОЯВИ ТА НАСЛІДКИ CANCEL CULTURE В СУЧАСНИХ МЕДІА.....	36
2.1 Популярні кейси cancel culture у світових і українських медіа.....	36
2.2 Соціальні мережі як платформи поширення кенселінгу.....	43
2.3 Вплив cancel culture на публічних осіб, бренди та суспільну дискусію.....	51
РОЗДІЛ 3. ФАРІОН-ГЕЙТ ЯК ПРОЯВ КЕНСЕЛІНГУ.....	57
3.1 Фабула конфлікту.....	57
3.2 Комунікаційний аналіз кейсу Фаріон.....	64
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74
ДОДАТКИ.....	85

**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>

Інтернет-ресурси

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

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.

Приклад оформлення реферату кваліфікаційної роботи

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 60 с., 4 рис., 3 табл., 4 додатки, 54 джерела.

У кваліфікаційній роботі розглянуто особливості використання цифрових комунікаційних технологій у сфері кризових PR-кампаній. Проаналізовано сучасні стратегії антикризових комунікацій у медіа та соціальних мережах, зокрема у контексті воєнного часу. Досліджено практики українських і міжнародних компаній, визначено ключові канали комунікацій та ефективність застосування цифрових інструментів у роботі з громадськістю. Проведено опитування споживачів та експертні інтерв'ю для оцінки довіри до кризових повідомлень у медіа.

Об'єкт розроблення: процес формування та реалізації кризових PR-стратегій у медіа- та комунікаційному просторі.

Мета кваліфікаційної роботи: аналіз та вдосконалення підходів до використання цифрових інструментів у кризових PR-кампаніях з метою підвищення їхньої ефективності в умовах інформаційної турбулентності.

Положення, що захищаються:

- визначено типові моделі кризових комунікацій у сучасних медіа;
- обґрунтовано роль цифрових платформ у формуванні довіри до інформаційних повідомлень;
- запропоновано алгоритм комунікаційної взаємодії компанії зі споживачами під час кризової ситуації.

Інформація щодо впровадження: результати дослідження можуть бути використані комунікаційними відділами промислових та медіакомпаній України для удосконалення власних PR-кампаній, а також у навчальному процесі під час викладання курсів «Медіаупровід інноваційних проєктів», «Медіапідтримка промислового сектору».

Зв'язок із навчальною та науковою діяльністю: робота пов'язана з виконаними курсовими проєктами з дисциплін «Медіаменеджмент», «Теорія та практика PR», а також із науковими студентськими дослідженнями, присвяченими цифровим комунікаціям.

Практична цінність та соціально-економічна ефективність: результати можуть бути використані при розробці кризових комунікаційних стратегій у державному та приватному секторах, що сприятиме підвищенню стійкості компаній та організацій до негативних інформаційних впливів.

Висновки та пропозиції: у роботі обґрунтовано потребу у системному використанні цифрових медіа в кризових комунікаціях, запропоновано методичні рекомендації щодо створення прозорих та ефективних PR-кампаній, а також розроблено модель реагування на інформаційні загрози у соціальних мережах.

Методи досліджень: контент-аналіз, анкетування, глибинні інтерв'ю, метод експертних оцінок, SWOT-аналіз, порівняльний аналіз.

Ключові слова: КРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ, PR, ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТ.

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)

Навчальне видання

Бутиріна Марія Валеріївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

Методичні рекомендації

для здобувачів ступеня магістра
освітньо-професійної програми «Журналістика, медіакомунікації та PR»
зі спеціальності С7 Журналістика

Видано в авторській редакції.

Електронний ресурс.

Підписано до видання 02.09.2025. Авт. арк. 2,5

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