

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе
«Государственная итоговая аттестация»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Программа Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2021

Цель государственной итоговой аттестации – определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта, оценка готовности выпускников к профессиональной деятельности.

Задачи государственной итоговой аттестации:

- Оценка уровня сформированности компетенций выпускника и его готовности к профессиональной деятельности;
- Оценка соответствия подготовки выпускника требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г., № 528.

Перечень формируемых компетенций:

Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и

(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1 Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента

ПК-2 Способность к созданию и анализу текстов в PR и рекламе

ПК-3 Способность участвовать в разработке коммуникационной стратегии организации

ПК-4 Способность создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу

ПК-5 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки и реализации коммуникационных программ и мероприятий

ПК-6 Способность проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей

ПК-7 Способность проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью организации

ПК-8 Способность к презентации и популяризации исследовательских и инструментальных навыков в области рекламы и связей с общественностью

ПК-9 Способность проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-10 Способность осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

Общая трудоемкость практики: 9 з.е.

Форма итогового контроля по государственной итоговой аттестации:
защита выпускной квалификационной работы