

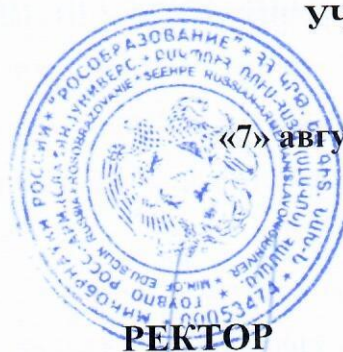
Г О У В П О Р О С С И Й С К О - А Р М Я Н С К И Й У Н И В Е Р С И Т Е Т

И Н С Т И Т У Т М Е Д И А , Р Е К Л А М Ы И К И Н О

У Т В Е Р Ж Д Е Н О

У Ч Е Н Ы М С О В Е Т О М Р А У

«7» августа 2021 г., протокол № 4



А.Р. Дарбинян

Описание образовательной программы

Направление подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Образовательная программа: «Стратегические коммуникации в рекламе и PR»

Квалификация (степень) выпускника «магистр»

Форма обучения - очная

Ереван 2021

Нормативный срок освоения образовательной программы – 2 лет

Трудоемкость в академических кредитах – 120

Трудоемкость в академических часах – 4320 ак. часов.

Прием в ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет на первый курс магистратуры по направлению 42.04.01– Реклама и связи с общественностью проводится на конкурсной основе по заявлениям лиц, имеющих высшее профессиональное образование с дипломом бакалавра или специалиста по результатам вступительных экзаменов с элементами тестирования по профессиональным дисциплинам, соответствующим направлению подготовки (специальности), на которое осуществляется прием.

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем профессиональном образовании с приложением к нему, а также представить иные документы, перечень которых приводится в Правилах приема граждан в ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет».

На собеседовании могут быть представлены портфолио, сертификаты, свидетельствующие об участии в проектной и иной профессиональной деятельности, награды за достижения в творческих конкурсах и фестивалях.

ОПОП имеет своей целью: развитие у обучающихся профессионально-личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01– реклама и связи с общественностью. Формирование необходимых навыков организации научных исследований теоретического и прикладного характера, творческих компетенций профессиональной деятельности в сфере коммуникаций с учетом потребностей практики и современного рынка труда. Подготовка магистранта к реализации полученных профессиональных компетенций в деятельности служб маркетинга предприятий и организаций, коммуникационных агентств, рг- служб в государственных, общественных и бизнес-структурах, научно-исследовательских и консалтинговых организациях.

Область профессиональной деятельности по направлению «Реклама и связи с общественностью» (магистр) включает:

- Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);

- Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)
- Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);
- Сфера рекламы и связей с общественностью.

Область профессиональных задач, решаемых магистрантом по направлению «Реклама и связи с общественностью»:

- авторский
- организационно – управленческий;
- проектно – аналитический;
- производственно – технологический;
- научно-исследовательский;
- педагогический.

Требования к результатам освоения образовательной программы «Реклама и СО» (магистратура)

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные программой магистратуры.

универсальными компетенциями (УК):

УК – 1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать 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 и образования в

течение всей жизни

общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

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 принимать профессиональные решения, 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

профессиональными компетенциями (ПК):

ПК – 1 Способен проводить маркетинговые исследования и исследования по выявлению общественного мнения

ПК – 2 Способен осуществлять рекламную деятельность в различных сферах

ПК – 3 Способен проводить анализ ситуации на рынке продукции и услуг

ПК – 4 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты

ПК – 5 Способен проводить поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции

ПК – 6 Способен определять целевую аудиторию потребителей продукции

ПК – 7 Способен составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования и другие виды презентаций.

ПК – 8 Способен осуществлять выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

ПК – 9 Способен владеть маркетинговыми технологиями и технологиями бренд-менеджмента

ПК – 10 Способен использовать технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов

ПК – 11 Преобразование и перекомпоновка данных, связанные с изменениями структуры документов, форм и требований к оформлению

Фонды оценочных средств

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям программы специалитета (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются кафедрами РАУ.

Оценочные средства, сопровождающие реализацию ОПОП ВПО по направлению 42.04.01 – Реклама и СО, разработаны для проверки качества формирования компетенций и являются действенным средством не только оценки, но и главным образом обучения. Фонды оценочных средств являются полным и адекватным отображением требований ФГОС ВПО по направлению подготовки реклама и СО, соответствуют целям и задачам программы магистратуры и её учебному плану. Они призваны обеспечивать оценку качества универсальных и профессиональных компетенций, приобретаемых магистрантом.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения модулей, дисциплин, практик учитываются все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

При проектировании оценочных средств предусматривается оценка способности обучающихся к творческой деятельности.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования в ГОУ ВПО «Российско - Армянский (Славянский) университет».

Система оценок при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность проведения указаны в Положении о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования в ГОУ ВПО «Российско - Армянский (Славянский) университет».

Обучающиеся в ГОУ ВПО «Российско - Армянский (Славянский) университет» при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 6 экзаменов и 12 зачетов.

По всем практикам, включенным в учебный план, выставляет зачет с оценкой (отлично, хорошо, удовлетворительно).

При разработке оценочных средств используется структурная матрица формирования компетенций в соответствии с ФГОС ВПО.