

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»
(ВГУЭС)

Утверждаю
Председатель экзаменационной
комиссии _____
Ушанов П.В., д.ф.н.,
профессор Высшей школы телевидения

Программа вступительного испытания 42.04.05 «Медиакоммуникации» профиль «Производство и управление медийными продуктами» очная, заочная магистратура

1. Форма вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в форме конкурса документов (портфолио). В случае возникновения вопросов к абитуриенту возможен его вызов в приемную комиссию для собеседования.

2. Содержание вступительного испытания

Программа вступительного испытания сформирована на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по программе магистратуры 42.04.05 «Медиакоммуникации»

3. Шкала оценивания вступительного испытания

Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале.

Минимальное количество баллов, свидетельствующее об успешном прохождении вступительного испытания, установлено на уровне 30 баллов.

4. Структура портфолио

Портфолио состоит из двух разделов.

Раздел «А» включает документы для участия в конкурсе.

Раздел «Б» (индивидуальное задание) включает мотивационное письмо (не более 1000 печатных знаков) и эссе (не более 3000 печатных знаков). В мотивационном письме абитуриент должен изложить цель поступления в

магистратуру, видение своего дальнейшего профессионального и личностного развития. В эссе абитуриент должен дать развернутый ответ на один профессиональный вопрос (по выбору).

5. Перечень документов и шкала оценивания (раздел «А»).
Максимальное количество баллов – 40.

5.1. Участие в научно-исследовательской работе:

5.1.1. Публикации в научных журналах из перечня ВАК и/или в журналах, входящих в базы Scopus, Web of Science¹ – 15 баллов за 1 публикацию.

5.1.2. Публикации в журналах, входящих в РИНЦ (включая сборники научных конференций)² – 10 баллов за 1 публикацию.

5.1.3. Участие в научных мероприятиях (и/или участие в организации научных мероприятий)³ – 10 баллов за каждое мероприятие.

5.1.4. Участие в исследовательских проектах⁴ – 5 баллов за каждый проект.

Перечень документов и шкала оценивания (раздел «А»)

Критерий оценивания	Баллы
5.1 Участие в научно-исследовательской работе	
5.1.1 Публикации в научных журналах из перечня ВАК и/или в журналах, входящих в базы Scopus, Web of Science	15 за одну публикацию
5.1.2 Публикации в журналах, входящих в РИНЦ (включая сборники научных конференций)	10 за одну публикацию
5.1.3 Участие в научных мероприятиях (и/или участие в организации научных мероприятий)	10 за одно мероприятие
5.1.4 Участие в исследовательских проектах	5 за один проект

6. Содержание и шкала оценивания индивидуального задания (раздел «Б»).
Максимальное количество баллов – 60.

6.1. В мотивационном письме излагается аргументация заинтересованности/необходимости и возможности/способности обучаться по выбранному направлению (профилю); перечень знаний, умений и навыков, необходимых для обучения и имеющихся у поступающего; перечень знаний, умений и навыков, которые необходимо развить/ получить в процессе обучения; общее представление о будущей карьере после окончания магистратуры (не более 1000 печатных знаков) – до 20 баллов.

¹ Название и выходные данные (название журнала, год, номер страницы, ссылка на статью).

² Название и выходные данные статьи, тезисов, материалов.

³ Диплом/сертификат участника.

⁴ Справка на бланке организации с печатью и подписью ответственного лица.

6.2. В эссе приводится развернутый ответ на один (по выбору) вопрос (не более 3000 печатных знаков) – до 40 баллов:

Показатели и шкала оценивания эссе (баллов)

	Поверхностное, недостаточное	Достаточное
Использование профессиональных терминов и понятий	0-2	3-5
Использование научной литературы, теоретических положений	0-2	3-5
Качество и релевантность фактологической (эмпирической) базы	0-2	3-5
Выделение причинно-следственных связей	0-2	3-5
Полнота изложения вопроса	0-2	3-5
Логичность и связность	0-2	3-5
Выражение авторской позиции и ее аргументация	0-2	3-5
Грамотность, качество оформления работы	0-2	3-5

6.3. Вопросы для подготовки эссе.

6.3.1. Предмет и объект изучения медиакоммуникаций.

Роль медиакоммуникаций в современном мире.

Что является объектом медиакоммуникаций?

Что является предметом медиакоммуникаций?

6.3.2. Медиакоммуникации как система.

Средства медиакоммуникаций.

Контент медиакоммуникаций.

Каналы медиакоммуникаций.

6.3.3. Функции медиакоммуникаций.

Коммуникативная функция.

Рекреационная функции.

Организационная функция.

Рекламно-коммерческая функция.

Идеологическая функция.

6.3.4. Историко-культурное понимание медиакоммуникации.

Четырехступенчатая модель социальной коммуникации по М. Маклюэну.

Специфика «устного», «рукописного», «полиграфического» этапов.

Специфика электронного этапа.

6.3.5. Характеристика коммуникативности современной информационной среды.

Экстерриториальность.

Мультимедийность.

Интерактивность.

Гипертекстуальность.

6.3.6. Правовое регулирование медиакоммуникаций.

Регулирование технических каналов коммуникации.

Регулирование СМИ.

Регулирование рекламной деятельности.

Правовая база медиатеатральности.

6.3.7. Информационное поле как понятие в медиакоммуникациях.

Структура информационного поля.

Информационное поле СМИ.

Информационное поле социальных сетей

Принципы конвергенции информационных полей.

6.3.8. Жанровая типология современных медиа.

Традиционные жанры журналистики.

Жанры новых медиа.

Причины трансформации жанров журналистики.

6.3.9. Документальное и художественное пространство в СМИ.

СМИ как пространство создания и трансляции документального информационного потока.

СМИ как пространство создания и трансляции художественного информационного потока.

6.3.10. Аудитория как понятие в медиакоммуникациях.

Аудитория как субъект в информационном производстве.

Характеристики аудитории.

Инструментарий исследований аудитории СМИ.

6.3.11. Специфика рекламы в современном информационном пространстве.

Реклама как профессиональное понятие.

Влияние технологического прогресса в медиакоммуникациях на рекламный процесс.

6.3.12. Новые технологии распространения рекламы.

Нативная реклама.

«Партизанская» реклама.

Вирусные рекламные технологии.

6.3.13. Будущее печатных СМИ

Коммуникативные характеристики периодической печати.

Характеристика аудитории печатных СМИ.

Ниша печатных СМИ в современном медиаландшафте.

6.3.14. Мир без рекламы – утопия или антиутопия?

Причины появления рекламы.

Факторы развития рекламной индустрии.

Функции рекламы в современном обществе.

Будущее рекламы: гипотетическое моделирование.

6.3.15. Связи с общественности в структуре современных медиакоммуникаций.

Понятие связей с общественностью.

Функции связей с общественностью.

Роль связей с общественностью в современном информационном производстве.

6.4. Форма бланка индивидуального задания приведена в Приложении.

7. Список литературы

1. Бакшин, В. В. Основы журналистики : учеб. пособие / В. В. Бакшин. - Москва: Флинта : Наука, 2009. - 51 с.
2. Вартанова, Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы / Е.Л. Вартанова – Москва: МГУ, 2009, 488с.
3. Гавра, Д.П. Формирование общественного мнения: ценностный аспект / Д.П. Гавра – Санкт-Петербург., 1995, 123 с.
4. Грабельников, А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников – Москва, 2001, 330 с.
5. Данилина, В.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина, Л.В. Минаева, Л.К. Салиева. — Ммосква: Аспект Пресс, 2012. — 319 с.
6. Дьякова, Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как устанавливается повестка дня? / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг – Екатеринбург, 2001, 130 с.
7. Ким, М. Н. Основы теории журналистики : [учебное пособие : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Журналистика"] : / М. Н. Ким. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. - 286 с.

8. Ким, М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества / М.Н. Ким. - Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2004. - 495 с.
9. Кирия И.В, Новикова А.А. История и теория медиа. М: ИД Высшей школы экономики, 2017 – 38 с. Режим доступа: https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/Кирия_Новикова-текст_site.pdf
10. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / А.В. Попов – Москва, 2008, 133с.
11. Почепцов, Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов – Москва, 2001, 576 с.
12. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты : учеб. пособие / З. С. Смелкова [и др.] ; [отв. ред. З. С. Смелкова]. - 6-е изд. - Москва : Флинта : Наука, 2009. - 318 с.
13. Свитич, Л. Г. Введение в специальность. Профессия: журналист : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Л. Г. Свитич. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 253 с.
14. Шишкина, М.А. Публичные коммуникации в истории цивилизации / М.А. Шишкина – Санкт-Петербург, 2005, 117 с.

Программа утверждена на заседании кафедры от 12.03.2021 г. № 9.

Индивидуальное задание

ФИО абитуриента _____
Направление подготовки _____
Профиль _____
Форма обучения _____

Мотивационное письмо

Мотивационное письмо пишется в свободной форме, и должно дать комиссии ответы на вопросы:

- Почему вас интересует эта область?
- Что повлияло на ваш выбор?
- Есть ли у вас знания по предмету, полученные во время предыдущего обучения, подготовки научной работы или проекта?
- Был ли у вас профессиональный опыт в области медиа?

Эссе

Номер вопроса, тема (формулировка вопроса)

=текст=

Дата

Подпись