

УТВЕРЖДЕНО:
Решением Ученого совета
Автономной некоммерческой организации
высшего образования
«Институт современного искусства»
протокол №01/19/20 от « 30 » августа 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор Автономной некоммерческой
организации высшего образования
«Институт современного искусства»

И.Н. СУХОЛЕТ
« 30 » августа 2019 г.

ПРОГРАММА ТВОРЧЕСКОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

для поступающих на 1-й курс обучения в 2020 году
по программе высшего образования – программе магистратуры

42.04.02 Журналистика

«СТРАТЕГИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ»

Программа разработана кафедрой «Журналистики и массовых коммуникаций»

Поступающие на образовательную программу магистратуры 42.04.02 «Журналистика», направление: «Стратегия медиакоммуникаций» проходят два вступительных испытания:

- 1) творческое вступительное испытание – письменный экзамен;
- 2) профессиональное вступительное испытание – индивидуальное собеседование.

Вступительные испытания проводятся в один день.

Каждое испытание оценивается отдельно - по результатам дополнительных вступительных испытаний поступающий получает две оценки по 100-балльной шкале.

Цель творческого вступительного испытания

Вступительное испытание проводится с целью выявления степени готовности поступающего к обучению в магистратуре по программе «Стратегия медиакоммуникаций». Задачи творческого испытания – определение уровня владения универсальными и профессиональными компетенциями бакалавра по направлению «Журналистика»: грамотности, знания литературы и актуальной проблематики современной журналистики, умения творчески мыслить, анализировать информационную повестку СМИ, содержательно и аргументированно отвечать на вопросы, касающиеся современных медиакоммуникаций.

Форма проведения и содержание вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в форме письменного экзамена по билетам, состоящим из двух вопросов. Первый вопрос касается теории СМИ, второй предполагает аналитику современного медиаконтента.

Продолжительность творческого испытания – 1 час.

Программа вступительного испытания включает вопросы по следующим учебным дисциплинам:

1. История и теория журналистики.
2. Экономические основы функционирования СМИ.
3. Правовые, этические, психологические основы журналистики.
4. Основы журналистской деятельности.

Поступающему предлагается ответить на вопросы билета в письменной форме. Ответы должны быть развернутыми, структурированными, полностью раскрывающими все аспекты заданного вопроса. Писать необходимо аккуратно, разборчиво, с соблюдением всех правил орфографии, пунктуации и стилистики.

Проверка и оценка работ осуществляется в день проведения вступительного испытания.

Методические рекомендации по подготовке к вступительному испытанию

Для подготовки к вступительному испытанию в указанном формате поступающему следует:

- Знать вышеуказанные разделы Программы вступительных
- Иметь представление о современных тенденциях развития системы массовой коммуникации
- Уметь грамотно и структурированно излагать ответы на вопросы в письменной форме

1. История и теория журналистики

В рамках подготовки по данному модулю поступающему необходимо:

Знать: историю отечественной журналистики; существующие теории прессы и модели вещания; основы теории коммуникации и теории журналистики; современную систему СМИ; технико-технологические аспекты функционирования СМИ и организации, входящие в инфраструктуру СМИ.

Уметь: анализировать деятельность печатных и сетевых СМИ, а также теле- и радиокompаний с точки зрения их соответствия медийной (вещательной) модели, в рамках которой они функционируют; проектировать сетевые издания.

Список рекомендуемой литературы

1. Варганова Е.Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. - М., 2009.
2. Василик М.А. Основы теории коммуникации: Учебник. – М.: Гардарики, 2003.
3. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации: Учебник. СПб.: Изд-во Михайлова В.А.; 2006.
4. Есин Б.И. История русской журналистики 1703 – 1917 / Учебно-методический комплект. 4-е изд. М., 2009.
5. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика. - М., 1990–2007.
6. История отечественной журналистики (1917 – 1945) / Хрестоматия. М. 1999.
7. История русской журналистики XVIII – XIX вв. 2 изд. СПб, 2005.
8. Кашкин, В.Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие / В.Б. Кашкин. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2006.
9. Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Учебное пособие. - М., 2010.
10. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917 – 2000) / Учебный комплект. М., 2002.
11. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века / Учебно-методический комплект. М., 2008.
12. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 – 90 гг.). М., 2005.
13. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учеб. пособие / Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук, 2003.

14. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М., 2010.
 15. Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929–2011. Учебно-методический комплект // Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2011.
 16. Русская журналистика в документах. История надзора. Сборник документов. / Сост. О.Д. Минаева. М., 2003.
 17. Свитич Л.Г. Профессия – журналист. - М., 2010.
 18. Сибберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. - М., 1999.
 19. Ситников В. П. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание. – М.: Филол. о-во «Слово»: Эксмо, 2004.
 20. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие / А.В. Соколов. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
 21. Средства массовой информации России // Под ред. Я.Н. Засурского. - М., 2006.
 22. Страницы минувшего. Отечественная публицистика XIX – начала XX вв. Хрестоматия. / Лапшина Г.С. (сост.) М., 2006.
 23. Тулупов В.В. и др. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
 24. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Под. ред. Е.Л. Вартановой. - М., 2006.
2. Экономические основы функционирования СМИ

В рамках подготовки по данному модулю поступающий должен:

Знать: понятия медиаиндустрия, медиаканал, медиапродукт; структуру рынка СМИ и типы концентрации СМИ; основные источники финансирования СМИ; роль маркетинговых инструментов в системе управления медиакомпаниями; типы бизнес-моделей медиапредприятий; подходы к определению эффективности медиапредприятия; модели, методы и инструменты управления медиакомпаниями; экономические принципы редакционной деятельности и функции менеджмента в СМИ; структуру редакционных коллективов всех типов СМИ; специфику корпоративной культуры в СМИ; основы рекламной работы и деятельности по связям с общественностью.

Уметь: определять тип бизнес-модели, лежащей в основе деятельности медиапредприятия; разрабатывать план маркетинговой стратегии медиапредприятия; определять эффективности деятельности медиапредприятия; формировать корпоративную культуру СМИ; выстраивать отношения с пресс-службами.

Список рекомендуемой литературы.

1. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. - М., 2003.
2. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. - М., 2008.
3. Евстафьев В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия. - М., 2005.
4. Иваницкий В.Л. Практические методы достижения экономической стабильности независимых СМИ. - М., 2000.
5. Капитонов Э.А. Корпоративная культура: теория и практика / Э.А.Капитонов, Г.П.Зинченко, А.Э.Капитонов. – М.: Альфа-пресс, 2008.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер, 2005.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Изд-во Вильямс, 2007.
8. Майстер Д. Делай то, что проповедуешь: Что руководители должны делать для создания корпоративной культуры, нацеленной на высокие достижения: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

9. Основы медиабизнеса. Под ред. Е.Л. Вартановой. - М., 2009.
10. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии / Под ред. В.М. Горохова, Т.Э Гринберг. - М., 2011.
11. Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика. – СПб.: Питер, 2001.
12. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: Учебное пособие для вузов. – М.: Дело, 2007.
13. Щепилов К.В., Щепилова Г.Г. Основы рекламы. – М., 2012.
14. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. - М., 2010.
15. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Под. ред. Е.Л. Вартановой. - М., 2006.

3. Правовые, этические, психологические основы журналистики

В рамках подготовки по данному модулю поступающему необходимо:

Знать: психологические особенности личности журналиста и журналистского творчества; особенности восприятия медиатекстов аудиториями; направления и методы социологического исследования СМИ, журналистов и аудитории; этические правила и нормы профессионального поведения журналиста; правовые основы деятельности журналиста; основы международного гуманитарного права и правила поведения журналиста в зоне вооруженного конфликта.

Уметь: организовывать социологическое исследование СМИ; разрабатывать программу исследования и исследовательский инструментарий; анализировать поведение журналиста с точки зрения соблюдения им этических и правовых норм.

Список рекомендуемой литературы.

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. - М., 2003.
2. Бори Ф. Возникновение и развитие международного гуманитарного права. М., МККК, 1994.
3. Гассер Х.-П. Защита журналиста в опасных командировках. Право, применяемое во время вооруженного конфликта. – М., 1999.
4. Котляров И.И. Международное гуманитарное право. - М., 2003.
5. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: Учебное пособие. - М., 2011.
6. Международное право: Ведение боевых действий. - Сб., М., 1995.
7. Моду А. Международное гуманитарное право и деятельность журналистов. - М., 1994.
8. Панкеев И.А. Авторское право для журналистов. - М., 2012.
9. Панкеев И.А. Договор в авторском праве Российской Федерации. - М., 2009.
10. Пикте Ж. Развитие и принципы международного гуманитарного права. М., 1994.
11. Проблемы медиапсихологии. - М., 2002.
12. Проблемы медиапсихологии-2. - М., 2003.
13. Пронина Е.Е. Психологические особенности творческой работы репортера. - М., 2001.
14. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. - М., 2006.
15. Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы. - М.: Галерея, 2002.
16. Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики: Хрестоматия. - М., 2011.
17. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики: Учебник. - М., 2009.

18. Свитич Л.Г. Социология журналистики. - М., 2010.
19. Смирнова Н.Н. Международное гуманитарное право. - С.-Пб., 2001.
20. Социология журналистики: Учебное пособие / Под ред. Корконосенко С.Г. – М., 2004.
21. Тиунов О.И. Международное гуманитарное право. - М., 2000.
22. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – М., 2009.
23. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию: Учебное пособие. М., 2004.
24. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учебное пособие. - М., 2012.
25. Хохлов В.А. Авторское право: законодательство, теория, практика. - М., 2008.
26. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. - М., 2001.
27. Женевские конвенции от 12 августа 1949 г. и Дополнительные протоколы к ним. - М., 1994.
28. Закон «О средствах массовой информации».
29. Кодексы профессиональной этики журналистов.

4. Основы журналистской деятельности

В рамках подготовки по данному модулю поступающему необходимо:

Знать: специфику и содержание журналистской профессии; принципы формирования информационно повестки дня; структуру концепции периодического издания; особенности журналистского текста; систему жанров журналистики; особенности функционирования новых медиа и работы конвергентного журналиста.

Уметь: формировать концепцию периодического издания; определять жанровую принадлежность печатных и аудиовизуальных материалов СМИ; готовить журналистский текст в различных жанрах.

Список рекомендуемой литературы

1. Дзялошинский И. М. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ. - М.: Союз распространителей печатной продукции, 2000.
 2. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Концепция современного периодического издания: учебно-методическое пособие. - М.: МедиаМир, 2012.
 3. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект-пресс, 2011.
 4. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. - М.: Юнити-Дана, 2005.
 5. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для вузов. - М., 2010.
 6. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. - М., 2011.
 7. Лукина М.М. Технология интервью: Учебное пособие. – М., 2008.
 8. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. - СПб, 2000.
 9. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня. – М., 2008.
 10. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. - М., 2000.
-

Критерии и шкала оценивания результатов вступительного испытания

По результатам вступительного испытания выставляется одна общая оценка по 100-балльной шкале, порог положительной оценки – 50 баллов.

Оценка проводится по следующим основным критериям:

- Полнота ответа на вопрос, раскрытие всех аспектов предложенной темы
- Структурированность ответа
- Знание научной терминологии, адекватная интерпретация теоретических понятий
- Приведение конкретных примеров из практики масс-медиа
- Грамотность (правильность орфографии и пунктуации)

Оценка по пятибалльной шкале, соответствие в баллах	Критерии выставления оценки
«Отлично» 85 - 100	Поступающий продемонстрировал отличное знание темы, полностью раскрыл ее основную проблематику, продемонстрировал знание понятийно-категориального аппарата теории журналистики
«Хорошо» 70 - 84	Поступающий продемонстрировал хорошее знание рассматриваемой темы, но не полностью раскрыл проблематику; допустил некоторые неточности в терминологии и отдельные грамматические ошибки в письменных ответах
«Удовлетворительно» 50 - 70	Поступающий имеет самое общее представление о рассматриваемой теме, не раскрыл ее главные аспекты, не смог привести примеры из практики СМИ; в тексте ответов присутствуют ошибки
«Неудовлетворительно» до 49	Поступающий не ориентируется в теме, не владеет логикой ее раскрытия, не дает определения основных понятий, не владеет научной терминологией, не приводит примеры из практики. В письменных ответах присутствует большое количество грамматических и стилистических ошибок.

Окончательное решение по количеству выставляемых баллов принимается на закрытом заседании предметной экзаменационной комиссии простым большинством голосов состава комиссии. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.