

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

42.04.02 Журналистика (магистратура)

Программа разработана кафедрой «Журналистики и медиакоммуникаций»

Профиль: Стратегия медиакоммуникаций

Вступительное испытание профессиональной и творческой направленности проходит в форме собеседования в свободной форме с целью выявления у поступающего уровня профессиональной подготовки, наличия специальных знаний и степени мотивированности решения при выборе данной образовательной программы. Испытание состоит из 2-х частей (просмотр портфолио и собеседование)

Элементы вступительных испытаний оцениваются по 100-балльной шкале, порог положительной оценки – 65 баллов.

Просмотр портфолио

Цель испытания: определение уровня подготовки поступающих, соответствия их знаний, умений и навыков требованиям программ основных дисциплин направления «Журналистика» (бакалавриат); оценка профессиональной эрудиции; выявление осознанной мотивации к научно-исследовательской работе.

Поступающий должен представить материалы, дающие представление о его творческих возможностях: не менее 2-х публикаций или видео работ, включая выпускную квалификационную работу бакалавриата. При желании поступающий может представить дополнительно фото, видео проекты, и (или) печатные материалы и пр.

Собеседование

Цель собеседования: определение общего культурного уровня поступающего в области культуры, общественной жизни, литературы и искусства и, в частности, театрального искусства; выявления его творческих способностей и жизненной позиции, способность логично и последовательно излагать свои мысли.

Собеседование и вопросы по специальности включают в себя проверку теоретических знаний, владение профессиональным понятийным аппаратом и, в целом, профессиональными компетенциями.

Примерный список вопросов и тем:

- Массовая коммуникация как процесс. Модели коммуникационного процесса (У.Шрамм, К.Шеннон, Г.Лассуэлл)
- Коммуникатор (цели коммуникатора как функциональная основа медиастратегии)
- Характеристика медиа-каналов (технологические возможности, функции, социальные задачи, адресная направленность)
- Понятие "массовая аудитория". Типология аудитории масс-медиа и СМИ
- Коммуникационный менеджмент (реализация управленческих задач посредством внешних и внутренних коммуникаций)
- Интегрированные маркетинговые коммуникации. PR и реклама в современном медиaprостранстве
- Медиапланирование: основные этапы и методология

- Журналистика в современной медиа-системе
 - Журналистика и Интернет: формы взаимодействия. Конвергентная журналистика
 - Online-коммуникации, социальные медиа и социальные сети
 - Медиакоммуникации и информационная безопасность
 - Основы медиакультуры и медиаобразование.
-

Рекомендуемая литература:

1. Алексеева А.О. Интернет-СМИ: теория и практика. – М., 2013.
2. Алексеева М.А. Средства массовой информации в России. – М., 2011
3. Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика. Учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2011
4. Бакулев Г.П. Массовые коммуникации: Западные теории и концепции. Учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2010
5. Баранов В.В., Шкондин М.В., Воронова О.А. Типология периодической печати (Текст), Учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2009 – 236с.
6. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики (Текст): М. 2014
7. Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы: М. Медиа Мир, 2009
8. Вартанова Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: М. 2013
9. Введение в мировую журналистику: от Античности до конца XVIII века. (Текст): Христоматия / составитель: Г.В. Прутцков. – М.: Аспект-Пресс, 2007