

УТВЕРЖДЕНО:
Решением Ученого совета
Автономной некоммерческой организации
высшего образования
«Институт современного искусства»

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор Автономной некоммерческой
организации высшего образования
«Институт современного искусства»
И.Н. СУХОЛЕТ

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ТВОРЧЕСКОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

для поступающих на 1-й курс обучения
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 одно вступительное испытание творческой и профессиональной направленности, состоящее из 2-х частей:

- 1) письменный экзамен;
- 2) индивидуальное собеседование.

По результатам вступительного испытания поступающий получает одну оценку

1) Письменный экзамен

Экзамен 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.

Продолжительность экзамена – 1 час.

Экзамен проводится по билетам, состоящим из двух вопросов. Первый вопрос касается теории СМИ, второй предполагает аналитику современного медиаконтента.

Программа экзамена 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 письменной работы осуществляется в день проведения вступительного испытания.

Для подготовки к вступительному испытанию в указанном формате поступающему следует:

- Знать вышеуказанные разделы Программы вступительных испытаний
- 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 радиокomпаний с точки зрения их соответствия медийной (вещательной) модели, в рамках которой они функционируют; проектировать сетевые издания.

Список рекомендуемой литературы

1. Вартанова 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.

2) **Индивидуальное собеседование**

Собеседование проводится с целью определения уровня подготовленности поступающего к обучению по программе магистратуры «Стратегия медиакоммуникаций» и выявления базовых знаний соответствующей направленности.

В ходе собеседования выясняется осознанность выбора абитуриентом данной программы, степень владения универсальными и профессиональными компетенциями уровня бакалавриата по направлению «Журналистика».

Вступительное испытание проводится устно в форме индивидуальной беседы с поступающим. Продолжительность собеседования – до 20 минут.

Собеседование включает в себя вопросы, связанные с функционированием, социальными задачами и жанрово-тематической структурой СМИ, особенностями современного медиапространства, новыми технологиями и форматами традиционных и новых медиа, правовыми и этическими основами журналистики, методологией научных исследований в области медиакоммуникаций. Также могут быть заданы вопросы, связанные со степенью осведомленности поступающего в области актуальной информационной повестки, уровнем владения фото- и видеотехникой, активностью в социальных сетях и блогосфере, наличием научных публикаций и опыта проведения медиаисследований.

Поступающему в режиме свободного интервью может быть предложено ответить на вопросы следующего содержания:

- В чем заключается миссия журналистики? Назовите основные функции и социальные задачи СМИ
- Перечислите основные этапы формирования системы СМИ
- Дайте определение понятия «массовая информация». Назовите признаки и особенности ее распространения
- Объясните принципы взаимодействия журналистики и власти. Опишите наиболее известные модели СМИ
- Назовите особенности прессы как канала массовой информации
- Назовите особенности радио как канала массовой информации
- Охарактеризуйте телевидение как канал массовой информации
- Какие Вы знаете жанры и форматы СМИ?
- Перечислите и охарактеризуйте информационные жанры журналистики
- Назовите основные аналитические жанры, критерии оценки медиа-аналитики, требования к комментарию, статье, рецензии
- Сравните традиционные СМИ и интернет-журналистику: укажите сходство и различия, особенности взаимодействия
- Дайте краткую характеристику аудитории СМИ. Назовите принципы ее классификации, опишите основные типологические группы аудитории.
- Каковы современные тенденции развития системы СМИ? Дайте определение понятиям «медиаконвергенция» и «универсальная журналистика»
- Назовите методы научного исследования журналистики и СМИ. Какие направления медиаисследований Вы знаете?
- Считаете ли Вы, что интернет уже замещает традиционные СМИ на медиарынке? Каковы, на Ваш взгляд, перспективы этого явления?
- Перечислите особенности современного медиаконтента; приведите примеры с указанием особенностей формата и интерактивных методов вовлечения аудитории в процесс коммуникации

Для подготовки к коллоквиуму, поступающему следует:

- Знать историю современного общества и особенности системы средств массовой информации на различных этапах развития
- Уметь анализировать журналистский контент, правильно формулировать свои мысли и аргументировать высказываемую точку зрения
- Иметь представление о специфике современных медиа

- Иметь навыки выступления с устными монологами, а также владения фото- и видеотехникой
- Обладать общей эрудицией в плане общегуманитарных знаний, этики и эстетики, литературы, культуры и искусства.

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)
- Знание сущности понятий, представленных в вопросе. Умение определить эти понятия, сформулировать определения, используя общепрофессиональную и специальную лексику.
- Умение логически построить свой ответ; изложить материал по плану. Способность дать развернутый аргументированный ответ.
- Умение иллюстрировать суждения примерами из отечественной и мировой практики, демонстрировать профессиональный кругозор.
- Умение творчески мыслить, правильно формулировать и грамотно излагать свои суждения.

Чтобы получить высокую оценку, поступающий должен полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, показать знание литературы, основ журналистики и актуальных проблем современного общества.

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, отличное знание рассматриваемого вопроса, с совершенно незначительными неточностями
«Хорошо» 70 - 84	Поступающий продемонстрировал хорошее знание рассматриваемой темы / вопроса, 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. Имеет самое общее представление о рассматриваемом вопросе, отвечающее лишь минимальным требованиям

Оценка по пятибалльной шкале, соответствие в баллах	Критерии выставления оценки
«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. Не знает значительной части материала программы. Не ориентируется в материале. Не владеет логикой ответа на вопрос. Отвечает на дополнительные вопросы не полно.

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.