

Пояснительная записка

1.1. Цель магистерской программы «Мультимедийная журналистика» – формирование у магистрантов компетенций, необходимых для эффективного выполнения профессиональной деятельности повышенной сложности: квалифицированное выполнение профессионально-творческих обязанностей по формированию контента электронных СМИ; текущее и перспективное планирование деятельности СМИ; анализ хода реализации медиапроекта и коррекция его концепции.

1.2. Цель магистерской программы «Политические технологии и связи с общественностью» – формирование у магистрантов компетенций, необходимых для эффективного выполнения профессиональной деятельности повышенной сложности: квалифицированное выполнение обязанностей в области управления коммуникационными процессами в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; организация коммуникаций в политическом пространстве современной России; формирование политического имиджа и управление общественным мнением.

1.3. Программа вступительного испытания по основам журналистики сформирована на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по программе бакалавриата 42.03.02 «Журналистика».

1.4. Абитуриент, поступающий для обучения по программе 42.04.02 «Журналистика», программы «Мультимедийная журналистика» и «Политические технологии и связи с общественностью», должен знать:

- способы творческой деятельности журналиста,
- специфику журналистского произведения,
- специфику массовой информации,
- функции журналистики,
- основные понятия интернет-журналистики,
- особенности и различия СМИ и СМК,
- особенности функционирования сетевого издания,
- специфику рекламы как вида деятельности,
- историю рекламы,
- виды рекламы,
- технологии, применяемые в связях с общественностью,
- принципы организации кризисных и политических коммуникаций.

1. Порядок проведения вступительного испытания

2.1. Вступительное испытание (экзамен) проводится в форме автоматизированного тестирования.

2.2. Тест включает в себя **50 вопросов**.

2.3. Вопросы соответствуют содержанию вступительного испытания.

2.4. Время тестирования – **90 минут**.

2.5. **Абитуриент обязан иметь при себе документ, удостоверяющий личность и гражданство, а также пропуск, выданный приемной комиссией.**

2. Содержание вступительного испытания

3.1. Модуль 1. Основы журналистской деятельности

Тема 1.1. Способ творческой деятельности журналиста

Подтема 1.1.1. Система методов работы журналиста

Подтема 1.1.2. Система источников информирования журналиста

Тема 1.2. Специфика журналистского произведения

Подтема 1.2.1. Идеино-тематическое своеобразие журналистского произведения

Подтема 1.2.2. Структурно-композиционные особенности журналистского произведения

3.2. Модуль 2. Основы теории журналистики

Тема 2.1. Массовая информация

Подтема 2.1.1. Массовая информация в информационных потоках

Подтема 2.1.2. Сущностные признаки массовой информации

Тема 2.2. Функции журналистики

Подтема 2.2.1. Методологические функции журналистики

Подтема 2.2.2. Социальные функции журналистики

3.3. Модуль 3. Сетевая журналистика

Тема 3.1. Журналистика в информационном обществе

Подтема 3.1.1. Основные понятия интернет-журналистики

Подтема 3.1.2. Журналистика в информационном обществе

Подтема 3.1.3. Место журналистики в информационном обществе

Тема 3.2. Средства массовой информации и средства массовой коммуникации

Подтема 3.2.1. Коммуникативная реальность и СМИ

Подтема 3.2.2. Массмедиа

Подтема 3.2.3. История Интернета

Тема 3.3. Сетевое издание

Подтема 3.3.1. Организация и особенности функционирования сетевого издания

3.4. Модуль IV. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Тема 4.1. Реклама как вид деятельности

Подтема 4.1.1. Процесс рекламной деятельности

Подтема 4.1.2. История зарубежной рекламы

Подтема 4.1.3. История зарубежной рекламы

Тема 4.2. Виды рекламы

Подтема 4.2.1. Типология рекламы по целям и по формам

Подтема 4.2.2. Социальная реклама

3.5. Модуль V. Связи с общественностью как вид деятельности

Тема 5.1. Технологии в связях с общественностью

Подтема 5.1.1. Методы и формы работы в связях с общественностью

Подтема 5.1.2. Виды текстов в связях с общественностью

Подтема 5.1.3. Продвижение в Интернете

Тема 5.2. Связи с общественностью в системе социальных отношений

Подтема 5.2.1. Кризисные коммуникации

Подтема 5.2.2. Политические коммуникации

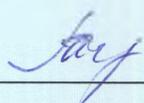
3. Критерии и нормы оценки

4.1. Вступительное испытание оценивается по **100-балльной шкале**.

4.2. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительных испытаний при приеме – **40**.

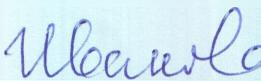
Разработчики программы:

Заведующий кафедрой
«Журналистика», к.ф.н.



Н.И. Тараканова

Доцент кафедры «Журналистика»,
доцент, к.ф.н.



Л.В. Иванова

Доцент кафедры «Журналистика»,
доцент, к.полит.н.



Г.В. Чевозерова

Заведующий кафедрой «Социология»,
д.социол.н.



Т.Н.Иванова

4. Рекомендуемая литература

1. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учеб. для вузов / С.Г. Корконосенко. - Изд. 2-е, перераб. и доп. ; Гриф МО. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 318 с.
2. Свитич, Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист : учеб. пособие для вузов / Л.Г. Свитич. - 2-е изд., испр. и доп. ; Гриф УМО. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 255 с.
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. для вузов / Е.П. Прохоров. - 7-е изд., испр. и доп. ; Гриф МО. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 350 с.
4. Чевозерова, Г.В. Основы теории журналистики. В 2 ч. Ч. 1. Метажурналистика : учеб. пособие / Г.В. Чевозерова. – Тольятти : ТГУ, 2011. – 136 с.
5. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. для вузов / Г.В. Лазутина. - 2-е изд., перераб. и доп. ; Гриф МО. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 240 с.
6. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика : учеб. пособие для вузов / В.Л. Цвик. - 2-е изд., перераб. и доп. ; Гриф УМО. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 495 с. - (Медиаобразование). – Библиогр.: с. 489-492. - ISBN 978-5-238-01530-9 : 330-00. - 321-40.
7. Мельник, Г.С. Деловая журналистика : учеб. пособие для вузов / Г.С. Мельник, С.М. Виноградова. - Гриф УМО. - СПб. : Питер, 2010. - 304 с. - (Учебное пособие). - Библиогр.: с. 291-294 . - Прил.: с. 295-304. - ISBN 978-5-49807-216-6 : 143-82. - 277-00. - 216-00.
8. Мельник, Г.С. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. пособие для студ. 1 курса фак. журналистики / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. - Гриф УМО. - СПб. : Питер, 2009. - 271 с. - (Краткий курс). - Библиогр. в конце разделов. - Прил.: с. 212-271. - ISBN 978-5-388-00786-5 : 58-55. - 63-73.
9. Тертычный, А.А. Аналитическая журналистика : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. 030600 "Журналистика" и спец. 030601 "Журналистика" / А. А. Тертычный. - Гриф УМО. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - Библиогр.: с. 349-350. - ISBN 978-5-7567-0555-3 : 234-00.
10. Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е.П. Прохоров [и др.]. - Изд. 2-е, испр. и доп. - М. : Аспект-Пресс, 2009. - 231 с. - ISBN 978-5-7567-0471-6 : 144-50.
11. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика : учеб. пособие / А.В. Колесниченко. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. - 192 с. - ISBN 978-5-211-05510-0 : 110-00.
12. Михайлов, С.А. Современная зарубежная журналистика : учеб. / С.А. Михайлов. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 319 с. - (Библиотека профессионального журналиста). - Библиогр.: с. 278-283. - Прил.: с. 284-319. - ISBN 5-8016-0254-2 : 164-70.

13. Интернет-журналистика : учеб. пособие для вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Гриф УМО. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с. : ил. – (Медиаобразование). – Библиогр.: с. 335-339. – Прил.: с. 340-380. – ISBN 5-238-00771-X : 240-00. – 101-30
14. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; гриф УМО. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения). - Библиогр.: с. 159. - ISBN 978-5-7567-6717-5 : 220-00
15. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 454 с. - 5-238-00603-9
16. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 с. - 978-5-238-01544-6
17. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Л.Е. Трушина - Электрон. текстовые данные.— М. : Дашков и К, 2014.— 246 с. - 978-5-394-01087-3
18. Реклама и паблик рилейшнз в структуре общества потребления [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Г. Н. Немец. - Краснодар : Южный ин-т менеджмента, 2011. - 102 с.
19. Связи с общественностью : учеб. пособие / А.Н. Чумиков. - 3-е изд. - М. : Дело, 2001. - 295 с.
20. Антикризисные коммуникации : учеб. пособие / А.Н. Чумиков. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 173 5 с.
21. Паблик рилейшнз : учебное пособие для вузов / Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
22. Гипнотические рекламные тексты. / Джо Витале. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 272 с.
23. Огилви, Дэвид. О рекламе. /Дэвид Огилви. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 240 с.