

**Программа вступительных испытаний для поступления на магистерскую программу «Медиаменеджмент» по направлению «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) .**

Вступительные испытания для поступления на магистерскую программу «Медиаменеджмент» состоят из двух этапов:

**Первый этап.** Письменный экзамен по актуальным проблемам и тенденциям развития современных медиакоммуникаций. Цель экзамена – установление способности поступающего самостоятельно мыслить и аргументировано отстаивать свою позицию.

**Второй этап.** Тестирование по иностранному языку.

**Программа для подготовки к экзамену (размещается на сайте факультета)**

**Тема 1. Основы теории и практики массовой коммуникации.**

Развитие технических средств коммуникации. Значимость социальной коммуникации для цивилизации. Уровни коммуникационной культуры. Структура коммуникативного процесса (схема коммуникации). Понятие модели в коммуникативистике. Модель Шеннона-Уивера. Модель Лассуэлла. Понятие обратной связи в модели М. де Флера. Специфика сети Интернет как канала коммуникации. Специфика телевидения как канала коммуникации: наличие каналов-лидеров, отсутствие эксклюзивной аудитории. Специфика и компоненты персонального имиджа. Виды имиджа. Вербальные и невербальные компоненты имиджа.

**Тема 2. Социология и психология массовой коммуникации**

Масс-медиа как социальная подсистема. Базовые характеристики массовой коммуникации. Взаимодействие субъекта и объекта коммуникационного обмена массовой информацией. Масс-медиа и конструирование социальных проблем. Феномен массовой паники и психологического воздействия в толпе. Теория когнитивного диссонанса. Теория ограниченных эффектов. Теории информационного дефицита.

**Тема 3. Коммуникационный менеджмент**

Процесс коммуникационного обмена массовой информацией.

Характеристика основных участников. Основные операции управления процессом коммуникации: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов. Традиционные и современные каналы распространения медиа-контента. Преимущества и недостатки различных каналов распространения медиа-контента.

**Список рекомендуемой литературы для подготовки к собеседованию (размещается на сайте факультета):**

1. Ильин А.С. Теория и практика связей с общественностью. Издательство: КноРус. Курс лекций. Москва, 2009.
2. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью: Учебник . 2-е изд - СПб., 2009.
3. Мельникова, Н. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Мельникова Н.А. - Москва, «Дашков и Ко», 2009.
4. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехника, психотехнологии. 2-е изд., - Омега-Л, 2008.
5. Продюсерство. Управленческие решения. Под. ред. В. Мальшев, Ю. Криволицкий. Юнити-Дана. - Москва, 2012.
6. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Прайм-Еврознак., Москва, 2008.
7. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. 5-е изд., перераб.и доп - Москва, Дело АНХ, 2008.
8. Шарков Ф. И., Родионов А. А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний. Шарков Ф.И./ Деловая книга . Екатеринбург, 2007.

Абитуриенты могут пользоваться любой литературой по своему выбору.

### Критерии оценивания ответов

Абитуриент должен продемонстрировать в ходе ответа на вопрос различные компетенции, которые оцениваются по пяти критериям, каждый из которых позволяет набрать от 0 до 20 баллов (см. Таблицу). Максимальное количество баллов 100 (сто).

Критерии оценивания ответов		
№ критерия	Требования к ответу на вопросы	Оценка (от 0 до 20 баллов)
1.	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы. Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли.	
2.	Понимание основных проблем в профессиональной сфере и способность к критическому мышлению.	
3.	Знание специальной, публицистической и художественной литературы по профессиональным вопросам. Умение донести содержание прочитанного до собеседника.	
4.	Актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности.	
5.	Демонстрация креативного мышления и способности нестандартной интерпретации тем и проблем.	
<b>Итоговая оценка (сумма баллов по всем критериям)</b>		