

Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет информационных, библиотечных и музейных технологий
Кафедра технологии документальных и медиакommunikаций

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета информационных,
библиотечных и музейных технологий
Л. Г. Тараненко
«24» октября 2023 г.

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

по направлению подготовки:
42.04.05 Медиакommunikации
профиль:
«Медиаменеджмент»

Кемерово 2023

Программа вступительного испытания составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (3+) по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», Основной образовательной программы высшего образования направление подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», профиль подготовки «Медиаменеджмент»

Утверждена на заседании кафедры технологии документальных коммуникаций 09.09.2021 г., протокол № 1 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры по web-адресу <http://kemguki.ru/>

Переутверждена на заседании кафедры технологии документальных и медиакоммуникаций 30.09.2022 г., протокол № 2 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры по web-адресу <http://kemguki.ru/>

Переутверждена на заседании кафедры технологии документальных и медиакоммуникаций 12.10.2023 г., протокол № 2 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры по web-адресу <http://kemguki.ru/>

Введение

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации» профиль подготовки «Медиаменеджмент» направлена на определение уровня профессиональной подготовки поступающих.

Для освоения поступающими особенностей направления «Медиакоммуникации» и профиля подготовки «Медиаменеджмент» в первом разделе программы дается краткая характеристика профессиональной деятельности выпускников магистратуры: присваиваемая квалификация, область, объекты и виды профессиональной деятельности. Во втором разделе программы указаны параметры содержания и формы вступительного испытания, его составные части, критерии оценки подготовленности поступающих по каждой составной части, а также список литературы в помощь поступающим для подготовки к вступительному испытанию.

Форма вступительного испытания: собеседование с использованием дистанционных технологий (устно).

Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале.

1. Характеристика профессиональной деятельности выпускников магистратуры по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации», профиль подготовки «Медиаменеджмент»

1.1. Присваиваемая квалификация (степень): магистр.

1.2. Область профессиональной деятельности включает:

– научно-исследовательскую и теоретико-методологическую деятельность по формированию и использованию библиотечно-информационных коммуникаций, сохранение национального документного наследия, развитие информационной культуры общества;

– информационно-консалтинговую деятельность по развитию системы государственного и общественного управления библиотечно-информационными коммуникациями.

1.3. Объекты профессиональной деятельности:

- творческие и управленческие структуры медиаорганизаций (печатных изданий, телевизионных каналов, радиостанций, электронные средства массовой информации, информационных агентств);
- интернет-порталы, производственные телевизионные подразделения и компании;
- учреждения культуры;
- коммерческая сфера;
- экспертные, отраслевые и государственные исследовательские организации, занимающиеся анализом медиаотрасли;
- научные и образовательные структуры, готовящие специалистов в сфере медиа и ведущие прикладную и фундаментальную научную деятельность в этой сфере.

1.4. Виды профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская;
- редакторская;
- организационно-управленческая;
- проектно-аналитическая.

Требования к абитуриенту

Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы 42.04.05 «Медиакоммуникации»: наличие диплома бакалавра и специалиста; желающие освоить данную магистерскую программу, зачисляются в магистратуру по результатам собеседования.

2. Содержание и форма вступительного испытания.

Оценивание производится по 100 балльной системе.

Вступительные экзамены: **Собеседование.**

Критерии оценки ответа:

№	Критерий оценки	Количество баллов	итог
1	Знание ключевых понятий	Мах 30 баллов	
1.1.	Полное определение понятий с ссылками на источник	20	
1.2	Дано определение в собственной трактовке (своими словами)	10	
1.3.	Имеет общее представление об определении понятия	5	
1.4	Не дано ответа	0	
2	Обоснованность и аргументированность ответа	Мах 40 баллов	
2.1.	Логичность и выдержанность структуры ответа	20	
2.2.	Свободное владение понятийным аппаратом в соответствии с направлением подготовки, абитуриент ответил на все вопросы	10	
2.3.	2.3. Абитуриент ответил достаточно полно, но допустил не существенные ошибки или неточности	10	
2.4	Абитуриент недостаточно полно ответил на вопрос и допустил ошибки	5	
2.5.	Допущены существенные ошибки, которые не были исправлены с помощью уточняющих вопросов/ не дано ответа	0	
3	Культура устной речи (правильность, грамотность, выразительность)	10	
4	Перспективы научного исследования (представление о НИР по магистерской диссертации)	20	
4.1	Опыт участия в научных конференциях различного уровня	5	
4.2	Владение навыками целеполагания (определить объект, предмет, цель по предлагаемой теме исследования)	5	
4.3	Наличие предполагаемой темы исследования (научный задел магистерской диссертации)	10	
5	Итоговый результат собеседования		

**Вопросы к собеседованию по направлению подготовки 42.04.05
«Медиакоммуникации», профиль подготовки «Медиаменеджмент».**

1. Коммуникативная культура в медиа.
2. Медиа и массовая коммуникация: теоретический аспект.
3. Роль культуры и социокультурных факторов в управлении медиа и цифровой средой.
4. Теория маркетинговой деятельности.
5. Медиаменеджмент: понятие, основные функции.
6. Стратегии в позиционировании организаций в интернет-пространстве.
7. Интернет-представительства организаций: номенклатура, особенности контента, целевой аудитории.
8. Мультимедиа в интернет-среде.
9. Интернет-маркетинг и digital маркетинг. Специфика маркетинга в сфере digital.
10. Современный уровень развития медиасреды.
11. Медиакоммуникации в социальной сфере, в области культуры.
12. Подходы к экономической эффективности медиакоммуникаций.
13. Современные стратегии позиционирования культурных продуктов/услуг.
14. Информационно-аналитические продукты для интернет-представительств.
15. Стратегии брендинга.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с.

2. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебн. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: Интелсиб, 2017. – 328 с.
3. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 466 с.
4. Макарова, Н. Я. Медиакоммуникации в современной журналистике. Ч. 1 / Н. Я. Макарова, В. И. Ярных. – Москва : Издательство "Знание-М", 2021. – 66 с.
5. Макарова, Н. Я. Медиакоммуникации в современной журналистике. Ч. 2 / Н. Я. Макарова, В. И. Ярных, Д. В. Неренц. – Москва : Издательство "Знание-М", 2021. – 179 с.
6. Смеюха, В. В. Медиакоммуникации: теория, практика, профессиональное образование / В. В. Смеюха. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет путей сообщения, 2016. – 307 с.

Дополнительная литература

7. Ковалева, И. В. Развитие интернет-маркетинга в продвижении товаров на рынке: теоретический аспект / И. В. Ковалева, Е. Чубатюк // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 7. – С. 63-68.
8. Коваленко, А. Е. Разработка классификации технологий интернет-маркетинга в малом бизнесе на основе анализа информационного потока интернет-маркетинга / А. Е. Коваленко, И. Ю. Окольнішнікова, В. М. Каточков // Друкеровский вестник. – 2019. – № 1(27). – С. 273-286.
9. Колик, А. В. Медиакоммуникация брендов в процессе событийного маркетинга / А. В. Колик // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании : Материалы V Международной научно-практической конференции, Минск, 13–15 мая 2021 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2021. – С. 151-156.

10. Медиакоммуникации в современном мире : учебн.пособие / В. В. Тулупов, В. В. Колесникова, А. А. Золотухин [и др.]. – Воронеж : ООО рекламно-издательская фирма «Кварта», 2021. – С. 40-48.
11. Полонский, А. В. Текст и медиакоммуникации / А. В. Полонский // Проблемы лингвистики и лингводидактики : Международный сборник научных статей / Под редакцией Л.Г. Петровой. – Белгород : Общество с ограниченной ответственностью Издательско-полиграфический центр "ПОЛИТЕРРА", 2018. – С. 174-182.
12. Рохина, К. С. Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России / К. С. Рохина // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность : Сборник научных статей (Материалы Международной научно-практической конференции), Ижевск, 30 октября 2017 года. – Ижевск: Издательский дом "Удмуртский университет", 2017. – С. 31-36.
13. Союнов, Х. Т. Эффективность мероприятий интернет-маркетинга / Х. Т. Союнов // Первая ступень в науке : Сборник трудов по результатам VII Международной научно-практической студенческой конференции, Вологда, 14 мая 2019 года. – Вологда: Вологодская государственная молочнохозяйственная академия им. Н.В. Верещагина, 2019. – С. 342-344.
14. Тепляшина, А. Н. Новые термины в парадигме цифровой медиакоммуникации / А. Н. Тепляшина // МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. 59-е ПЕТЕРБУРГСКИЕ ЧТЕНИЯ : сборник материалов Международного научного форума, Санкт-Петербург, 09–12 ноября 2020 года / Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций" Санкт-Петербургского государственного университета. – Санкт-Петербург: ООО "Медиапапир", 2020. – С. 88-89.
15. Шибут, А. Цифровые медиа: медиакоммуникации в мультимедийной среде / А. Шибут, И. Шибут // Мультимедийная журналистика: медиакоммуникации и медиаиндустрия : Материалы II Международной

научно-практической конференции, Минск, 01 марта 2019 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – С. 162-166.

Электронные ресурсы

1. Информационно-справочный портал «Library.ru» [Электронный ресурс] : электрон. информ. портал. – Режим доступа : <http://www.library.ru/> – Загл. с экрана.
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал – Электрон. дан. – Москва, 2000-2021. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>. – Загл. с экрана.
3. Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал. – Электрон. дан. – Москва: ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2002-2021. – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>. – Загл. с экрана.