

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 медиакоммуникаций

РАССМОТРЕНО

на совете факультета информационных,
библиотечных и музейных технологий
протокол № 1
«08» сентября 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Декан факультета информационных,
библиотечных и музейных технологий
Л. Г. Тараненко
«08» сентября 2025 г.



ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
«Коллоквиум: медиаменеджмент»

по направлению подготовки:
42.04.05 Медиакоммуникации
профиль: «Медиаменеджмент»

Авторы-составители:
Зав. кафедрой ТДМ,
кандидат педагогических наук, доцент
Дворовенко О. В.,
доктор педагогических наук, профессор
Тараненко Л. Г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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

Цель вступительного испытания – определение научного, профессионального потенциала и подготовленности абитуриента к получению образования в магистратуре по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», профиль «Медиаменеджмент».

Для успешной сдачи вступительного испытания абитуриент должен:

знать:

- основы системного подхода, методов поиска, анализа и синтеза информации;
- основные виды источников информации;
- основные теоретико-методологические положения философии, социологии, культурологи, экономики;
- особенности методологии концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории;
- основные методы научного исследования;

уметь:

- осуществлять поиск, анализ, синтез информации для решения поставленных экономических задач в сфере культуры;
- анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы;
- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным социальным и философским проблемам;
- самостоятельно анализировать общенаучные тенденции и направления развития социогуманитарных наук в условиях информационного общества;
- самостоятельно анализировать культурологическую, естественнонаучную, историческую, психолого-педагогическую информацию;
- определять ценностные свойства различных видов источников информации;
- оценивать и прогнозировать последствия своей научной и профессиональной деятельности;
- сопоставлять различные точки зрения на многообразие явлений и событий, аргументировано обосновывать своё мнение;

владеть:

- навыками системного применения методов поиска, сбора, анализа и синтеза информации;
- навыками внутренней и внешней критики различных видов источников информации;
- способностью анализировать и синтезировать информацию, связанную с проблемами современного общества;
- методологией и методикой изучения наиболее значимых фактов, явлений, процессов в социогуманитарной сфере.

Форма вступительного испытания: коллоквиум в очном формате или с применением дистанционных технологий.

Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Вопросы к коллоквиуму 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. История и теория медиа.
8. Мультимедиа в интернет-среде.
9. Интернет-маркетинг и digital-маркетинг. Специфика маркетинга в сфере digital.
10. Цифровые технологии в медиа.
11. Культурное наследие в медиасреде.
12. Подходы к экономической эффективности медиакоммуникаций.
13. Медиажурналистика.
14. Брендинг: стратегии, принципы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

№	Критерии оценки	Количество баллов
1	Ответ на теоретический вопрос	Max 50 баллов
1.1.	Абитуриент дал полные развернутые ответы на теоретические вопросы и полностью ответил на дополнительные вопросы	40-50
1.2	Абитуриент дал полные развернутые ответы на теоретические вопросы билета, но не ответил на дополнительные вопросы	30-40
1.3.	Абитуриент дал неполные ответы на теоретические вопросы и не полностью ответил на дополнительные вопросы	20-30
1.4	Абитуриент на теоретический вопрос и дополнительные вопросы не ответил, либо в ответах допущены существенные ошибки	0-20
2	Представление о научно-исследовательской работе магистранта (магистерской диссертации)	Max 50 баллов
2.1.	Формулировка предполагаемой темы исследования (научный задел магистерской диссертации)	30
2.2.	Владение навыками целеполагания (определить объект, предмет, цель по предлагаемой теме исследования)	20

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абаев, А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 433 с.

2. Банчева А. А. К вопросу о маркетинговой политике предприятия (маркетинговая политика в теории и практике) // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 6. – С. 14- 23.
3. Барнагян В. С. Менеджмент и цифровые трансформации : учебное пособие. – Ростов-наДону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 172 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700206> (дата обращения: 04.12.2024).
4. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие. – Москва: Дашков и К, 2018. – 120 с
5. Биричевская О. Ю., Стрельченко В.И. Массовая культура: онтологический смысл и тенденции концептуальной эволюции. – Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/565/31/> (дата обращения: 08.12.2022).
6. Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-sovremennom-ponimanii-smi-i-zhurnalistiki> (дата обращения: 08.12.2022).
7. Вартанова Е. Л. От теорий прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом. – 2018. – Режим доступа: <https://cmdjournal.hse.ru/article/view/7917> (дата обращения: 08.12.2022).
8. Демина И. Н. Медиатизация экономики: аспекты оптимизации экономических медиакommunikаций в цифровой среде // Вопросы теории и практики журналистики. – 2021. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatizatsiya-ekonomiki-aspekty-optimizatsii-ekonomicheskikh-mediakommunikatsiy-v-tsifrovoy-srede> (дата обращения: 12.12.2024).
9. Зельдович Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов. – Москва : Юрайт, 2023. – 293 с.
10. 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.
11. Каленская Н.В., Антонченко Н.Г. Брендинг /. – Казань: «Абзац», 2019. - 125 с. – Режим доступа: https://kpfu.ru/staff_files/F_8901770/Uchebnoe_posobie_Brendmenedzhment.pdf (дата обращения: 01.12.2024).
12. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебное пособие. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691525> (дата обращения: 01.12.2024).
13. Кингснорт С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство. – Москва: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с
14. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа : учебник для вузов. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 04.12.2024).

15. Колик А. В. Медиакоммуникация брендов в процессе событийного маркетинга // 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.
16. Коммуникативная культура устной и письменной речи: учебное пособие; Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС. – Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2023. – 70 с.
17. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 466 с.
18. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2019. – 496 с.
19. Кузнецова Л.В. Лекции по современным веб-технологиям. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2010. – 165 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234147> (дата обращения 10.12.2024).
20. Макарова Н. Я., Ярных В. И. Медиакоммуникации в современной журналистике. Ч. 1. – Москва : Издательство "Знание-М", 2021. – 66 с.
21. Макарова Н. Я., Ярных В. И., Неренц Д. В. Медиакоммуникации в современной журналистике. Ч. 2. – Москва : Издательство "Знание-М", 2021. – 179 с.
22. 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.
23. Можарова А. Маркетинговые технологии брендинга в виртуальном пространстве // Маркетинг. – 2022. – № 6 (127). – С. 53-65.
24. Моргунов А. В. Управление Веб-технологиями, сервисами и контентом : учебное пособие. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 88 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694777> (дата обращения: 10.12.2024).
25. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко, Е. Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761> (дата обращения: 01.12.2024).
26. Назайкин, А.Н. Современное медиапланирование: учебное пособие. – Москва: Солон-Пресс, 2019. – 447 с.
27. Основы личностной и коммуникативной культуры: культура и личность: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. С.В. Кущенко. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018. – 62 с. – Режим доступа: https://ciu.nstu.ru/kaf/persons/21496/a/file_get/300763?nomenu=1 (дата обращения: 08.12.2024).

28. Полосухина Т. Д., Тараненко Л. Г. Понятие «цифровое наследие»: по результатам терминологического анализа // Труды ГПНТБ СО РАН / Гос. публ. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук ; отв. ред. А. Е. Гуськов. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2018. – Вып. 13. Т. 2 : Библиотеки в контексте социально-экономических и культурных трансформаций : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / отв. ред. : Е. Б. Артемьева, О. Л. Лаврик. – С. 272–282.
29. Сохранение цифрового наследия в России: методология, опыт, правовые проблемы и перспективы : монография / И. И. Горлова, А. Л. Зорин, А. А. Гуцалов ; отв. ред А. В. Крюков ; Юж. ф-л Рос. науч.-иссл. ин-та культурного и природ. наследия им. Д. С. Лихачёва. – Москва : Институт Наследия, 2021. – 385 с.
30. Сулейманов М. Д., Бардыго Цифровая грамотность=Digital literacy : учебник. – Москва : Креативная экономика, 2019. – 324 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599644> (дата обращения: 04.12.2024).
31. Тепляшина А. Н. Новые термины в парадигме цифровой медиакоммуникации // 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.
32. Четвертков Н. В. Социально-правовые теории прессы // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2024. – №3 (23). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnopravovye-teorii-pressy> (дата обращения: 08.12.2024).
33. Шевченко Д. А. Стратегический маркетинг : учебник. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2023. – 414 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701347> (дата обращения: 08.12.2024).
34. Шевченко Д. А. Цифровой маркетинг : учебник. – Москва : ДиректМедиа, 2022. – 185 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 04.12.2024).
35. Шибут А., Шибут И. Цифровые медиа: медиакоммуникации в мультимедийной среде // Мультимедийная журналистика: медиакоммуникации и медиаиндустрия : Материалы II Международной научно-практической конференции, Минск, 01 марта 2019 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – С. 162-166.
36. Шишкин И.А., Хацкевич В.Л., Хацкевич Л.Д. Электронный бизнес и менеджмент интернет-проектов // Современные технологии обеспечения гражданской обороны и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. 2016. №1 (7). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-biznes-i-menedzhment-internet-proektov> (дата обращения: 08.12.2024).
37. Экономика для менеджеров: учебник. В 2-х книгах. Книга II. / Под ред. А. А. Пороховского, И.М. Тенякова. – Москва: Издательство «КнигаМемуар», 2020. – 518

с. – Режим доступа: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=65128&p=attachment>
(дата обращения: 12.12.2024).

38. Экономическая теория. Экономические системы: формирование и развитие / Ларионов И.К., Сильвестров С.Н. – Москва: Дашков и К, 2017. – 876 с.