

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной политике и
менеджменту качества обучения
канд. пед. наук, доц.  Еремеева О.В.

«23» 04/2025 г.



ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

для абитуриентов, поступающих для получения высшего
профессионального образования по образовательным программам
магистратуры по направлению подготовки

42.04.05 – Медиакоммуникации

Тирасполь, 2025 г.

Составители программы:

зав. кафедрой журналистики, к.ф.н. доц. С.Л. Распопова,
доцент кафедры журналистики, к.ф.н. Ю.В. Ткаченко

Программа вступительного испытания рассмотрена на заседании кафедры журналистики

« 27 » 02 2025 г. протокол № 8

Заведующий кафедрой журналистики

« 27 » 02 2025 г. С.Л. Распопова

РАССМОТРЕНО

на заседании Научно-методической
комиссии филологического
факультета

ГОУ «ПГУ им. Т.Г. Шевченко»

Протокол № 4 от « 6 » 03 2025 г.

Декан филологического факультета

Е.В. Корноголуб

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Научно-методического
совета ГОУ «ПГУ им. Т.Г. Шевченко»

Протокол № 8 от « 23 » 04 2025 г.

Проректор по образовательной
политике и менеджменту качества
образования О.В. Еремеева

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа вступительного испытания предназначена для абитуриентов, поступающих на обучение по образовательной программе магистратуры по направлению подготовки 42.04.05 в ГОУ «ПГУ им. Т.Г. Шевченко».

Программа разработана на основе государственных образовательных стандартов высшего образования по направлениям подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» (Приказ № 531 Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г.), 42.03.02 «Журналистика» (Приказ № 524 Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г.), 42.03.05 «Медиакоммуникации» (Приказ № 527 Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г.).

К вступительному испытанию допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образования специалитета или бакалавриата по направлениям подготовки согласно Перечню смежных направлений подготовки, утвержденному Правилами приема в университет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

1. Система средств массовой информации

1.1. Перспективы развития медиаорганизаций в Приднестровье, России и мире (новые технические возможности и проблемы их использования).

1.2. Перестройка работы СМИ в конце 80-х – начале 90-х годов XX в. Новые формы и методы работы отечественных СМИ.

1.3. Средства массовой информации Приднестровья.

1.4. Появление и развитие информационных агентств в Европе, США, России. Их роль в развитии СМИ. Ведущие информационные агентства современности.

1.5. Современные зарубежные теоретические концепции журналистики.

1.6. Глобальные процессы современности в проблематике СМИ. Противоречия глобализации.

1.7. Структура и инфраструктура журналистики. Типология СМИ и основные типологические группы.

1.8. Функции журналистики как отражение многообразия социальных и информационных потребностей общества, их классификация.

1.9. Основные тенденции развития интернет-СМИ.

2. Журналистская деятельность

2.1. Журналистское творчество как профессиональная деятельность.

2.2. Система и особенности профессиональных обязанностей журналиста периодической печати, радио и телевидения.

2.3. Примеры творчества современных ведущих отечественных журналистов (на выбор студента).

3. Социология журналистики

3.1. Роль СМИ в формировании общественного мнения.

3.2. Методы изучения общественного мнения в журналистике.

3.3. Количественные и качественные методы социологических исследований аудитории СМИ.

4. Правовое и этическое регулирование медиа

4.1. Современное приднестровское законодательство о СМИ и рекламе.

4.2. Правовой статус и правовое регулирование субъектов информационных отношений в СМИ.

4.3. Правовое положение учредителя, издателя, распространителя и журналиста.

4.4. Право на информацию в законодательстве о СМИ.

4.5. Международное гуманитарное право и журналистика.

4.6. Профессиональная этика журналиста

5. Медиамаркетинг, реклама, работа в пресс-службе

5.1. Понятие информационного рынка.

5.2. СМИ как объект маркетинга. Особенности, цели, задачи, направления редакционно-издательского маркетинга.

5.3. Реклама как форма массовой коммуникации. Принципы организации, виды и средства рекламы.

5.4. Социальная и политическая реклама: своеобразие предмета, средств и целевой аудитории. Рекламные СМИ.

5.5. Связи с общественностью в системе демократических институтов.

5.6. Пресс-служба в системе связей с общественностью. Механизмы работы со СМИ.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная:

1. Ткаченко Ю.В. Техника и технология СМИ: радио, телевидение, новые медиа. Тирасполь: Изд-во Придн. ун-та, 2023.
2. Дабеза В.В., Иовва Н.И., Ткаченко Ю.В. Трансформация медиа: тенденции и перспективы. Под ред. С.В. Олейникова, Тирасполь: Изд-во Придн. ун-та, 2024.
3. Ильиных Д.Г. Техника и технология СМИ Методические рекомендации к изучению курса. Казань, 2019.
4. Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов. М., 2024.
5. Иовва Н.И., Ткаченко Ю.В. Конвергенция СМИ и новые медиа. Тирасполь: Изд-во Придн. ун-та, 2023.
6. Сулейманова Ш.С. Техника и технология СМИ: история и современные тенденции. М. 2016.
7. Крылова Е.Г. Трансформация коммуникационных технологий новых и конвергентных СМИ. 2020.
8. Тоганова Н.В., Тихомиров И.А., Каменская М.А., Храмоин И.В. Технологии и инновации в российских СМИ. 2016.
9. Инжинова А. Д. Технологии продвижения в социальных медиа. 2016.
10. Распопова С.Л. Олейников С.В. Журналистика и медиакommunikation:

современные тренды, 2024.

Электронный ресурс: https://pureportal.spbu.ru/files/116924825/_2_.pdf

11. Ткаченко Ю.В. История радио Приднестровья, 2019. Электронный ресурс: <https://www.dissercat.com/>

12. Ахмадулин Е.В., Овсепян Р. История отечественной журналистики XX в., 2018. Электронный ресурс: <https://biblio-online.ru/bcode/43201>

13. Распопова С.Л. Олейников С.В. Медиапространство и литературный процесс Приднестровья и стран СНГ, 2019.

Электронный ресурс: http://moodle.spsu.ru/pluginfile.php/40746/mod_data/content/3

14. Вартанова, Е.Л. Медиасистема России. – Москва, 2021.

Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для вузов / Г. В. Лазутина. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 219 с. – (Высшее образование). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468727>

15. Закон о СМИ ПМР.

Режим доступа: <https://mincifra.gospmr.org/документы/сми/законы-в-области-сми-и-рекламы/о-средствах-массовой-информации/>

16. Правовые основы журналистики: учебник для вузов, Рихтер, А. Г., 2017.

17. Иовва Н.И. Основы рекламы, 2019. Электронный ресурс: <http://moodle.spsu.ru>

18. Иовва Н.И. Социальная реклама, 2019.

Электронный ресурс: <http://moodle.spsu.ru>

19. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2024.

20. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба/ В.В. Ворошилов.-СПб: Издательство Михайлова В. А., 2015. – 254 с.

б) дополнительная:

1. Алексеев К.А. Новейшая история российской журналистики (1990–2010 гг.)2021.

Электронный ресурс:https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1642402074_5957.pdf

2. Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации. 2020. Электронный ресурс: http://lib.ulstu.ru/venec/2002/1/Kozlova_

3. Кабацков А.Н. История и теория медиа, 2020. Электронный ресурс: <http://www.psu.ru/files/docs/scien>

4. Близнеца И.А. Право интеллектуальной собственности. 2-е издание. Учебник - Проспект - 2019. Текст электронный // ЭБС Проспект - URL: <http://ebs.prospekt.org/book/31094>

5. Федотова М.А. - Информационное право. Учебник для бакалавриата, специалитета и магистратуры - М.: Издательство Юрайт - 2019 - 497с. Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/informacionnoe-pravo-430915>

6. Рассолов И. М. - Информационное право 5-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 347с. Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/informacionnoe-pravo-431833>

7. Шершеневич Г. Ф.; Белов В. А. - Авторское право на литературные произведения - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 274с. Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/avtorskoe-pravo-na-literaturnye-proizvedeniya-438781>
8. Бачило И. Л. - Информационное право 5-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 419с. - ISBN: 978-5-534-00608-7 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/informacionnoe-pravo-431119>
9. Близнец И.А., Леонтьев К.Б. - Авторское право и смежные права. 2-е издание. Учебник - Проспект - 2015 Текст электронный // ЭБС Проспект - URL: <http://ebs.prospekt.org/book/29142>
10. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы, 2020.
11. Новиков Д.В. Теория и практика связей с общественностью: учеб. Пособие 2021. Электронный ресурс: https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_i_praktika_svyazey_s_obshchestvennostyu_NYvATv.pdf
12. Ситников А.П. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика, 2019. Режим доступа: https://www.studmed.ru/shostak-mi-zhurnalist-i-ego-proizvedenie_20bd31a2855.html
13. Синяева И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования, 2024. Электронный ресурс: <https://urait.ru/bcode/555977>
14. Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными". – 2019.
15. Божук С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 304 с.
16. Гогохия И. Добавь клиента в друзья. – 2017.
17. Голубков Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 474 с.
18. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 363 с.
19. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
20. Григорян Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
21. Диденко Н. И., Скрипнюк Д. Ф. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
22. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
23. Завгородняя А. В., Ямпольская Д. О. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 340 с.
24. Кавасаки Г., Фицпатрик П. Искусство плести социальные сети. – 2017.

25. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 383 с.
26. Карпова С. В., Мхитарян С. В., Русин В. Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 181 с.
27. Кожевникова Г. П., Одинцов Б. Е. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 444 с.
28. Писаревская Н. С. Манипулятивные технологии в коммерческой рекламе: учебное пособие. – Москва: Знание-М, 2023. – 135 с.
29. Пономарёва Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2023. – 341 с.
30. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты и журнала: Учеб. пос. – М., 2015.
31. Дизайн газеты и журнала: Учеб. пос. / В.В. Волкова, С.Г. Газанджиев, С.И. Галкин, В.П. Ситников. – М., 2013.
32. SEO- копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. - Москва: Инфра-Инженерия, 2018. – 260 с. Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: [https:// www.iprbookshop.ru/78250.html](https://www.iprbookshop.ru/78250.html)
33. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2024.- 345 с. - (Высшее образование). -ISBN 978-5-534-11621-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. -URL: <https://www.urait.ru/bcode/542211>
34. Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти: Учебное пособие / А.Ю. Русаков - СПб: Издательство Михайлова В. А., 2016. – 218 с.
35. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика / Научн. ред. А.П. Ситников и др./ пер. с англ. М.: Имидж-Контакт, 2012. 491 с.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Компьютерный тест состоит из 20 вопросов с выбором одного правильного ответа из множества. За правильный ответ начисляется 5 баллов, за неправильный – ноль. Общая сумма ответов составляет 100 баллов.

Минимальное количество баллов, необходимое для признания вступительного испытания успешно пройденным, ежегодно утверждается решением Приемной комиссии университета.

ПРИМЕРНЫЕ ВАРИАНТЫ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ЗАДАНИЙ

1. Какие форматы инфографики используются в медиа?

- 1) Все вышеперечисленные
- 2) Карта

- 3) Таймлайн
- 4) Диаграмма

2. Какой из следующих принципов применим для журналистики?

- 1) Объективность
- 2) Субъективность
- 3) Игнорирование фактов
- 4) Привлечение слухов