

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

ПРОГРАММА
вступительного испытания для поступающих в магистратуру
института гуманитарных наук

Направление подготовки 42.04.05 – Медиакоммуникации
профиль «Медиапроизводство и медиааналитика»

Междисциплинарный экзамен «Медиакоммуникации»
(письменно)

Программа вступительного междисциплинарного экзамена, для поступающих в магистратуру – Медиакоммуникации (магистерская программа «Медиапроизводство и медиааналитика»)

Порядок проведения экзамена:

1. Экзамен проводится в письменной форме с использованием 100-бальной системы оценивания.
2. Организаторы проведения испытания раздают абитуриентам бланки с тестами и листы для ответов с печатью приемной комиссии.
3. В течение 90 минут абитуриент должен выполнить тестовые задания и сдать листы ответов вместе с черновиками организаторам проведения испытания.

Для успешного прохождения вступительного испытания и зачисления на программы необходимо набрать минимум 30 баллов. В случае наличия бюджетных мест зачисление на программы осуществляется по конкурсу в зависимости от количества набранных баллов.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Программа «Медиапроизводство и медиааналитика» направлена на профессиональную подготовку работников в сфере массмедиа. Выпускники этой программы могут работать в творческих и управленческих структурах медиаорганизаций (печатных изданий, телевизионных каналов, радиостанций, электронные средства массовой информации, информационных агентств); на интернет-порталах, в производственных телевизионных подразделениях и компаниях, в сферах культурных индустрий, куда относятся производство кино- и телевизионных фильмов, создание мультимедийных медиапродуктов (в том числе видеоигр), книгоиздательский бизнес; в рекламных агентствах, в управляющих компаниях, владеющих медиаорганизациями, компаниями в сфере культурных индустрий, рекламными агентствами; в экспертных, отраслевых и государственных исследовательских организациях, занимающихся анализом медиаотрасли; а также в научных и образовательных структурах, готовящих специалистов в сфере медиа и ведущих прикладную и фундаментальную научную деятельность в этой сфере.

Основные понятия и теории современных медиа

Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами». Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Базовые характеристики исследования on-line аудитории. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете. Концептуализа-

ция новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность. Концепция «интерактивного общества». Современная медиа-мифология. Теории игореализации в СМИ. Ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэф- фектов (время и интенсивность).

Система жанров современных медиа

Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск. Мониторинг СМИ. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в медиа. Понятие «жанр». Подходы к выделению типологических признаков. Цель и факторы выбора жанра. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений. Адаптивные стратегии медиапроизводства. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики

Медиаплощадки: тенденции развития

Социальные сети и их аудитория. Контент социальных сетей. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории. СМИ в социальных сетях. Новые и экспериментальные форматы. Изменения в экономике медиа. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на информацию. Поколенческий сдвиг. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации. Стандартная рекламная модель и альтернативы. Paywall: ограничение доступа к платному контенту . Некоторые особенности законодательства и практики. Дистрибуция и промо медиапроектов.

On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента

Медiateкст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. программное обеспечение, приобретение прав. Правки верстки «мультимедиа-текст». Метаструктура материала. Визуализация данных. Статичная и динамичная инфографика. Интерактивные карты. Фото-, видеоматериал. Панорамная и 360 съемка. Timelines. Аудиофайлы и аудиоподкасты. Платформы для интерактивного сторителлинга. Конструкторы сайтов. Блоговая основа для лонгридов. Методы адаптации цифровых материалов под устройства современных потребителей. Критерии форматной адаптации материала. Глобальные и национальные практики в области создания мультимедийных историй в медиа

СПИСОК УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Ачкасова В. А. Связи с общественностью как социальная инженерия: Учебник/ под ред. Ачкасовой В.А., Володиной Л.В.- 2-е изд.- Москва : Издательство Юрайт, 2018.- 350.- (Бакалавр. Академический курс)Режим доступа: <https://www.urait.ru>
2. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для вузов/ Борщевский Г. А.- Москва: Издательство Юрайт, 2019.- 267.- (Высшее образование) Режим доступа: <https://www.urait.ru>
3. Варганова Е.Л., Вырковский А.В., Макеенко М.И., Смирнов С.С. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. М., 2017.

4. Данченко Л. А. Маркетинг: Учебник и практикум/ под ред. Данченко Л.А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 486.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>
5. Жильцова О. Н. Связи с общественностью: Учебное пособие/ Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 337.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>
6. Зуб А.Т. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата Юрайт, 2018 <https://www.biblio-online.ru/viewer/2966A025-2AC5-4E36-BE06-456F3F9ECE3B#page/1>
7. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М., 2017.
8. Медиасистема России / под ред. Е. Л. Варгановой. М., 2020.
9. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Варгановой. М., 2018.

Дополнительная литература

- Панкеев И. А. Авторское право для журналистов. М., 2014.
- Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. Учебник. М., 2009.
- Хохлов В. А. Авторское право: законодательство, теория, практика. М., 2012.
- ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (2006)
- ФЗ «О рекламе» (2006)
- ФЗ «О связи» (2003)
- ФЗ «О средствах массовой информации» (1991)
- Гражданский кодекс РФ, часть IV.