

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова

Факультет журналистики

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «МЕДИАКОММУНИКАЦИИ»**

Целью вступительного экзамена является диагностика входных знаний и умений, необходимых для эффективного освоения Основной образовательной программы магистратуры по направлению «Медиакоммуникации». В ходе экзамена абитуриент должен продемонстрировать знания, соответствующие программе бакалавриата по данному направлению.

Поступающий в магистратуру должен обладать следующими **обще профессиональными** и **профессиональными** компетенциями, предусмотренными образовательным стандартом по направлению «Медиакоммуникации» (ФГОС):

- способностью придерживаться правовых и этических норм в профессиональной деятельности в процессе производства и распространения информации;
- способностью осознавать и учитывать социокультурные различия между разными аудиторными группами в процессе подготовки развлекательных и информационных медиапродуктов;
- способностью ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей и ценностей мировой и российской культуры, понимать значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации;
- способностью ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и способностью выбирать их сообразно запросам аудитории;
- способностью участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации;
- способностью отслеживать тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков и рынков культуры и использовать данные тенденции в профессиональной деятельности;

- способностью применять различные методы анализа для анализа данных о коммерческой привлекательности, значимости, эффективности тех или иных медиапроектов;
- способностью описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности;
- способностью определять мультимедийные и интерактивные средства для достижения коммуникативных задач.

Программа экзамена включает вопросы, которые отражают содержание основных разделов базовых профессиональных дисциплин.

История медиа

Древнейшие медиа человечества. История изобретения книгоиздания. История зарождения периодической печати. История становления кинематографии. История появления звукозаписи. История возникновения радиовещания. История создания телевидения. История развития медиа в Интернете.

Литература

Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2020.

Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004

Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М., 2017.

Засурский И.И. Реконструкция России: масс-медиа и политика в 90-е. М., 2001.

Современная медиасистема

Понятия «медиасистема», «медиа», СМИ, СМК. Факторы развития и функционирования национальных медиасистем. Основные подходы к изучению национальных медиасистем. Структура современной национальной медиасистемы. Исторические этапы развития российской медиасистемы. Телевидение как часть современной медиасистемы России.

Радио как часть современной медиасистемы России. Периодическая печать как часть современной медиасистемы России. Онлайн-медиа как часть современной медиасистемы России. Информационные агентства как часть современной медиасистемы России.

Литература

Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2015.

Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2018.

Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2013.

Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Макеенко М.И., Смирнов С.С. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. М., 2017.

Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М., 2017.

Медиаэкономика и медиаменеджмент

Медиаиндустрия в современной экономике. Медиа как индустрия свободного времени. Медиа в системе креативных индустрий. Основные тенденции развития современной медиандустрии. Спрос на сдвоенном рынке медиа. Коммодификация контента и аудитории. Глобализация медиарынка. Основные компоненты бизнес-модели на медиарынке. Типы концентрации в медиаиндустрии. Формы собственности медиа. Медиа как рекламоносители. Виды рекламы в медиа. Процесс медиапланирования. Продвижение медиа на рынке. Организационные структуры медиапредприятий. Основные бизнес-процессы в медиаменеджменте. Стратегический анализ медиарынка. Финансовая структура медиапредприятия.

Литература

Основы медиабизнеса/под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2014.

Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала. М., 2010

Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М., 2010.

Щепилов К.В., Щепилова Г.Г. Основы рекламы. М., 2012.

Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2018.

Иваницкий В.Л., Назаров А.А., Щепилова Г.Г. Основы медиамаркетинга. М., 2007.

Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. М., 2010.

Социология медиа

Социология медиа: задачи, объект изучения, основные понятия. Медиа в системе массовой коммуникации. Направления социологических исследований медиа: изучение аудитории, медиатекстов, редакционной деятельности, анализ эффектов. Исследования общественного мнения: история и современное состояние. Этапы социологического исследования. Процедура и организация социологического исследования в области медиа и массовых коммуникаций. Программа социологического исследования: структура и функции. Социологические методы изучения медиа. Качественные и количественные методики социологических исследований. Опрос, контент-анализ, изучение документов, фокус-группа. Медиаметрия как область измерения аудитории: специфика исследований в XXI веке, основные показатели, ведущие отечественные и зарубежные исследовательские центры.

Литература

Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика. М, 2014.

Фомичева И. Д. Социология СМИ. М., 2012.

Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М., 2004.

Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М., 2003.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007.

Правовое регулирование медиа

Источники законодательства о медиа. Конституционные нормы. Закон РФ «О средствах массовой информации». Основные понятия, закрепленные в законе. Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации». Основные понятия, закрепленные в законе. Закон РФ «О рекламе». Основные понятия, закрепленные в законе. Закон РФ «О

связи». Основные понятия, закрепленные в законе. Гражданский кодекс РФ, часть IV. Основные понятия, закрепленные в кодексе.

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.

Организация и методика вступительного экзамена.

Экзамен проводится в письменной форме.