

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»**

**УТВЕРЖДЕНА:  
приказом ДонГУ  
от 24.04. 2023 № 112/05**

**Программа вступительного испытания  
по направлениям подготовки  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью  
42.04.02 Журналистика  
Магистерская программа: Журналистика**

Программа вступительного испытания по направлениям подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью), 42.04.02 Журналистика (Магистерская программа: Журналистика) при приеме на обучение по программам магистратуры разработана на филологическом факультете ФГБОУ ВО «ДонГУ» в соответствии со следующими нормативными документами:

– Порядок приема на обучение по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 21.08.2020 № 1076 (с изменениями);

– Особенности приема на обучение в организации, осуществляющие образовательную деятельность, по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), предусмотренные частями 7 и 8 статьи Федерального закона от 17 февраля 2023 г. № 19-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сферах образования и науки в связи с принятием в Российскую Федерацию Донецкой народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов – Донецкой народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации, утвержденные приказом Минобрнауки России от 01.03.2023 № 231;

– Правила приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в 2023 году;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528 (с изменениями);


– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 529 (с изменениями);

– Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью);

– Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (Магистерская программа: Журналистика);

Разработчики программы: Артамонова И.М., заведующий кафедрой журналистики ФГБОУ ВО «ДонГУ», д-р наук по соц. коммуникациям, доцент; Безродный В.П., доцент кафедры журналистики ФГБОУ ВО «ДонГУ», канд. хим. наук, ст. научн. сотр.

Программа утверждена на заседании Ученого совета факультета математики и информационных технологий от 21 марта 2023 г., протокол №7.

И.о. декана филологического факультета,  Н.А. Ярошенко  
канд. филол. наук, доцент \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой,  
д-р наук по соц. коммуникациям, доцент  И.М. Артамонова

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| 1. ВВЕДЕНИЕ .....   | 5  |
| 2. ОБЪЕМ ТРЕБОВАНИЙ, ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА НАПРАВЛЕНИЯ<br>ПОДГОТОВКИ: 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ,<br>42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА ..... | 8  |
| 3. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ .....   | 10 |
| 4. ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ .....  | 11 |
| 5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....   | 13 |

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Цель вступительного испытания при приеме на обучение по программам магистратуры – выявить уровень овладения абитуриентами универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями бакалавра. Прием на обучение по образовательным программам магистратуры осуществляется по результатам вступительных испытаний (конкурсного отбора), проводимых образовательной организацией самостоятельно.

Лица, имеющие диплом бакалавра (специалиста) и желающие освоить образовательную программу по направлениям подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, 42.04.02 Журналистика, зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются факультетом с целью установления у поступающего наличия следующих компетенций:

### *универсальных компетенций:*

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника  |
|---|--|
| Системное и критическое мышление                          | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач   |
| Разработка и реализация проектов                          | УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений |
| Командная работа и лидерство                              | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  |
| Коммуникация  | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Донецкой Народной Республики и иностранном(ых) языке(ах)                  |
| Межкультурное взаимодействие                              | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах   |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе               | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни                                |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| здоровьесбережени<br>е)           | УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| Безопасность<br>жизнедеятельности | УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций              |

***общепрофессиональных компетенций:***

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника   |
|--|--|
| Продукт профессиональной деятельности                            | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем                 |
| Общество и государство   | ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах                                     |
| Культура   | ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных  |
| Аудитория  | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности   |
| Медиакоммуникационная система                                    | ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |
| Технологии   | ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии  |

|         |  |
|---------|--|
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности |
|---------|--|

*профессиональных компетенций*, которые формируются на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников:

| N п/п   | Код профессионального стандарта | Наименование области профессиональной деятельности.<br>Наименование профессионального стандарта  |
|---|---------------------------------|--|
| <b>06 Связь, информационные и коммуникационные технологии</b>     |                                 |  |
| 1.  | 06.009                          | Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)  |
| 2.  | 06.013                          | Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230) |
| <b>11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия</b> |                                 |  |
| 3.  | 11.003                          | Профессиональный стандарт "Корреспондент средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. N 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный N 32589)   |

## **2. ОБЪЕМ ТРЕБОВАНИЙ, ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ: 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, 42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА**

Вступительные испытания для поступления в магистратуру по направлениям подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, 42.04.02. Журналистика проходят в форме устного экзамена. Каждый экзаменуемый готовит ответ по вопросам билета. Билет содержит два теоретических вопроса и практическое задание.

Содержание теоретических вопросов билета отражает основные разделы дисциплин учебных планов бакалавриата по направлениям подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика:

- теории и практики СМИ (прессы, телевидения, радиовещания и т.п.), функционирования системы и инфраструктуры современных СМИ, тенденций их развития; содержания и основных форм журналистской деятельности;
- теории рекламы и связей с общественностью (общее понятие о рекламных и ПР-жанрах, их системе и функциях, видах рекламы, ПР-деятельности и т.д.);
- истории развития отечественных и зарубежных СМИ (классических и новейших), фундаментальных положений журналистики и профессиональной журналистской деятельности, социологии и психологии журналистики; правового и этического регулирования в сфере СМИ, экономических и организационных основ их деятельности;
- истории рекламы и связей с общественностью (общее представление о зарождении и развитии рекламы и ПР в мире);
- типологии журналистики и жанровых аспектов СМИ, способов изучения аудитории медиа и взаимодействия с ней и т.п.;
- практике рекламы и связей с общественностью.

В процессе ответов на вопросы следует показать:

- владение понятийно-терминологическим аппаратом;
- знание основных теоретических постулатов, законов, закономерностей, противоречий, понимать их место и роль в развитии СМИ, рекламы и связей с общественностью, показать возможности их применения и учета в журналистской, рекламной практике и практике связей с общественностью;
- осведомленность об основных работах по теории и истории журналистики, рекламы и связей с общественностью;
- знание основных СМИ и/или авторов, рекламных и ПР-агентств,



деятельность которых относится к теме билета.

### **Примерный перечень теоретических вопросов**

1. Теория журналистики.
2. Теория массовой коммуникации.
3. Журналистские жанры (информационные, аналитические, художественно-публицистические).
4. Жанры рекламных и ПР-текстов.
5. Организация деятельности редакции СМИ, рекламных агентств и служб по связям с общественностью.
6. Тележурналистика.
7. Радиожурналистика.
8. Интернет-журналистика.
9. Теория и практика рекламы.
10. Теория и практика связей с общественностью.
11. Социальные сети в журналистике, рекламе и связях с общественностью
12. История журналистики, рекламы и ПР.
13. Этика в журналистике, рекламе и ПР.
14. Медиаправо.
15. Основы регулирования использования продуктов журналистской и рекламной деятельности.
16. Социология в журналистике, рекламе и ПР.
17. Межкультурные коммуникации в глобальном мире.
18. Статистические методы исследования в СМИ, рекламе и ПР.
19. Рынок СМИ.
20. Технология создания авторской передачи.
21. Манипуляции в СМИ, рекламе и ПР.
22. Основы компьютерной графики.

### **Примерный перечень практических заданий**

1. Составить материал в одном из журналистских жанров по заданному новостному поводу.
2. Разработать контент-план бренда для социальных сетей.
3. Составить примерную содержательную концепцию журналистского расследования или материала в аналитическом жанре по заданному новостному поводу.
4. Разработать план действий для получения необходимого контента и наработке источников информации по заданному новостному поводу.
5. Произвести анализ журналистского, рекламного или ПР-материала по заданной схеме:
  - Тема, идея текста.
  - Главное сообщение в тексте.
  - Ключевые слова.

- Структурные компоненты текста.
- Жанр текста: обоснование и определение жанра.
- 6. Составить материал в одном из жанров журналистики по заданному новостному поводу.
- 7. Создать рекламный или ПР-текст по заданной теме.
- 8. Охарактеризовать фотографию по правилам «третьей» и «золотого сечения».
- 9. Произвести анализ заданной телепередачи.
- 10. Написать информационное радиосообщение (репортаж), радиобеседу, радиоочерк.
- 11. Проанализировать предложенные рекламные радиопостеры на предмет их соответствия той или иной радиостанции, дать оценку их эмоционального воздействия на аудиторию.
- 12. Разработать концепцию специального ПР-мероприятия.

### **3. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ**

#### **Студенты должны**

##### ***знать и понимать:***

- Основные термины и понятия журналистиковедения, рекламы и связей с общественностью.
- Законы функционирования журналистики, рекламы и ПР в обществе.
- Политический, правовой и исторический контекст журналистики, рекламы и ПР.
- Принципы анализа и оценки современных журналистских, рекламных и ПР-материалов.

##### ***уметь:***

- осуществлять анализ и оценку медиа-материала посредством использования соответствующих инструментов и методов;
- критически осмысливать роль медиа в современной жизни общества;
- выявлять способность к самооценке и ответственность за обновление, совершенствование и пополнение своих академических знаний.

#### **Оценивание ответов по вступительным заданиям:**

- два теоретических вопроса (каждый правильный полный ответ оценивается в 30 баллов, итого 60 баллов);
- практическое задание (правильный полный ответ оценивается в 40 баллов).

Максимальное количество баллов, полученных за ответы и решение практического задания, составляет **100** баллов.

На оценку "отлично" (90-100 баллов) студент должен сочетать в ответах высокий теоретический уровень, навыки практического анализа с высокой

степенью самостоятельности в выводах.

При достаточно полных ответах, но недостаточном уровне самостоятельности в выполнении практического и профессионального задания, в иллюстрировании теории примерами из медиа-практики СМК и региональных СМИ Донбасса, в собственных рассуждениях по проблемам этики в медиа-сфере студент получает оценку «хорошо» (75-89 баллов).

Оценка «удовлетворительно» (60-74 баллов) ставится при условии раскрытия сути вопросов не более чем на 60%, при наличии фактических ошибок, а также серьезных замечаний при проведении практического журналистского анализа.

В других случаях ставится оценка «неудовлетворительно» (0-59 баллов).

| <i>Номер задания</i> | <i>Количество баллов</i> |
|----------------------|--------------------------|
| 1                    | 30                       |
| 2                    | 30                       |
| 3                    | 40                       |
| Всего                | 100 баллов               |

#### **4. ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Каждый экзаменационный билет вступительного испытания для поступления в магистратуру по направлениям подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.04.02. Журналистика содержит два теоретических вопроса и практическое задание.

Теоретические вопросы, отражают содержание основных общепрофессиональных и прикладных дисциплин учебных планов бакалавриата по направлениям подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика.

Задания практического характера предполагают проверку умения поступающего решать профессионально-практические задачи, соответствующие уровню подготовки бакалавра.

## Образец экзаменационного билета

УТВЕРЖДЕНО  
на заседании Ученого совета  
филологического факультета  
протокол № 6 от 05.04.2022 г.  
Председатель Ученого совета  
\_\_\_\_\_Квашина Л.П.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет»  
Факультет филологический

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Профильный экзамен по     | СПЕЦИАЛЬНОСТИ  |
| Образовательная программа | магистратура   |
| Форма обучения            | очная / заочная  |
| Направление подготовки    | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,<br>42.04.02 Журналистика |

### БИЛЕТ № 1

1. Роль и функции коммуникации в жизни общества.
2. Конвергентность и мультимедийность современной редакции.
3. Практическое задание: сформулируйте «правило третей», применяемое в фотожурналистике, на примере предложенного фото. Прокомментируйте: находятся ли ключевые элементы сцены в точках пересечения линий или на линиях, а также насколько содержание фото соответствует новости:



209 688 1915 34 306  
КОРОНАВИРУС В РОССИИ

Сегодня  
10 мая



ПОИСК

## «Разбирал гранату на Пасху»: 24-летний житель Донбасса сначала «умер» после взрыва, а потом ОЖИЛ

Анатолий ВАСИЛЬЕВ

Такое чудо могло случиться только в селе Веселое

20 Апр. 20:26



### 5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аржанов К.В. История отечественной рекламы: Галерея рекламной классики / К.В. Аржанов, Т.А. Пирогова. – М.: Харьков: Студцентр, 2016. – 304 с.
2. Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR – коммуникации. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 208 с.

3. Баканов, Р.П., Симкачева, М.В., Туманов, Д.В. Журналистика для начинающих. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 256 с.
4. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 384 с.
5. Вартанова, Е.Л. Основы медиабизнеса. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 400 с.
6. Вырковский, А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход. – М.: МедиаМир, 2016. – 384 с.
7. Головлёва Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлёва. – М.: Академический Проект, 2008. – 330 с.
8. Горелов, Н.А. Развитие информационного общества: цифровая экономика. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 241 с.
9. Дзялошинский, И.М. Современное медиaprостранство России. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 312 с.
10. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2017.
11. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017 – 512 с.
12. Жильцов, Е.Н. Экономика и управление социальной сферой: учебник / Е.Н. Жильцов, Т.В. Науменко, Е.В. Егоров и др. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 496 с.
13. Ильясова, С.В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. – 3-е изд. – Москва: ФЛИНТА: Наука, 2018. – 325, [1] с.
14. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть: учебник / А.Г. Киселев. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 431 с.
15. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: 25 мастер-классов. – м.: Аспект Пресс, 2017. – 168 с.
16. Лазутина, Г.В. Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное. – М.: Аспект Пресс, 2019. – 176 с.
17. Медиа: введение / ред. А. Бриггз, П. Кобли. – М.: Юнити, 2015. – 551 с.
18. Медиа-система России: учебное пособие / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 384 с.
19. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
20. Панкеев, И.А. Правовое регулирование СМИ. – М.: Аспект Пресс, 2019. – 376 с.
21. Распопова, С.С. Фейковые новости: Информационная мистификация. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 112 с.
22. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева. – 3-е изд. – Москва: Флинта: Наука, 2015. – 159 с.

23. Смирнов, Г.Н. Этика деловых отношений: учебник / Г.Н. Смирнов; Дипломат. акад. МИД России, Каф. политологии и полит. философии. – Изд. 2-е. – Москва: Проспект, 2015. – 267 с.
24. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 320 с.
25. Тимофеев М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз). Учебное пособие. / М.И Тимофеев. – РИОР, 2016. – 192 с.
26. Тулупов, В.В. Уроки журналистики. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 105 с.
27. Ульбашев, А.Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 189 с.
28. Чевозерова, Г.В. Основы теории журналистики. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 329 с.
29. Шапцев, В.А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 177 с. Журналы: «Журналист», «Журналистика и медиарынок».
30. Широкова Е.В. Стилистика PR-текстов: учебное пособие / Е.В. Широкова. Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Педагогический институт ТОГУ". – 3-е изд. – Москва: Флинта: Наука, 2018. – 231 с.