

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



УТВЕРЖДАЮ:

Председатель приемной комиссии  
И.о. ректора  
С. В. Беспалова  
«14» января 2025 г.

Программа вступительного испытания  
при приеме на обучение по программам магистратуры

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);

42.04.04 Телевидение

(Магистерская программа: Телевидение)

2025

Разработчики программы:

Артамонова Инесса Михайловна, зав. кафедрой журналистики, д-р наук по соц. коммуникациям, доцент.

Безродный Владимир Павлович, доцент кафедры журналистики, канд. хим. наук, ст. научный сотрудник.

Программа утверждена на заседании ученого совета филологического факультета от 17 декабря 2024 г., протокол № 3.

Декан филологического факультета,  
канд. филол. наук, доцент



Н.А. Ярошенко

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. Основное содержание программы вступительного испытания и объем требований для поступающих .....	8
3. Порядок проведения и критерии оценивания .....	11
4. Образец билета вступительного испытания.....	12
5. Список рекомендуемой литературы для подготовки к вступительному испытанию	14

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

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, 42.04.04 Телевидение зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются факультетом с целью установления у поступающего наличия следующих компетенций:

### ***универсальных компетенций:***

<i><b>Наименование категории (группы) универсальных компетенций</b></i>	<i><b>Код и наименование универсальной компетенции выпускника</b></i>
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 здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
--------------------------------	---

***общепрофессиональных компетенций:***

<i>Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций</i>	<i>Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника</i>
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:

<i>N n/n</i>	<i>Код профессиона- льного стандарта</i>	<i>Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта</i>
<b>04 Культура, искусство</b>		
1.	04.001	Профессиональный стандарт «Продюсер в области кинематографии», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014 г. № 610н с изменениями на 12 декабря 2016 года (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 10 октября 2014 года, регистрационный № 34288)
2.	04.014	Профессиональный стандарт «Специалист по организации производства анимационного кино», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18.03.2021 г. № 141н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 апреля 2021 года, регистрационный № 63202)
<b>06 Связь, информационные и коммуникационные технологии</b>		
3.	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)
4.	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>		
5.	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 № 32589)
6.	11.004	Профессиональный стандарт «Ведущий телевизионной программы», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 534н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 20 августа 2014 года, регистрационный № 33669)
7.	11.005	Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. № 811н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 ноября 2014 года, регистрационный № 34949)
8.	11.006	Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 года, регистрационный № 33899)
9.	11.007	Профессиональный стандарт «Оператор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2014 г. № 357н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 10 июля 2014 года, регистрационный № 33028)
10.	11.009	Профессиональный стандарт «Режиссер средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014 г. № 626н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 сентября 2014 года, регистрационный № 34198)
11.	11.011	Профессиональный стандарт «Специалист по видеомонтажу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 26 мая 2015 г. № 332н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 11 июня 2015 года, регистрационный № 37647)

## **2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ И ОБЪЕМ ТРЕБОВАНИЙ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ**

Вступительные испытания для поступления в магистратуру по направлениям подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, 42.04.02. Журналистика, 42.04.04 Телевидение 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, 42.03.04 Телевидение:

- теории и практики СМИ (прессы, телевидения, радиовещания и т.п.), функционирования системы и инфраструктуры современных СМК, 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 развития рекламы и связей с общественностью (общее представление о зарождении и развитии рекламы и ПР в мире);
- типологии журналистики и жанровых аспектов СМК, способов изучения аудитории медиа и взаимодействия с ней и т.п.;
- практики 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 творческой 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. Создать рекламный или ПР-текст по заданной теме.
7. Охарактеризовать фотографию по правилам «третей» и «золотого сечения».

8. Произвести анализ заданной телепередачи.
9. Написать информационное радиосообщение (репортаж), радиобеседу, радиоочерк.
10. Проанализировать предложенные рекламные радиопостеры на предмет их соответствия той или иной радиостанции, дать оценку их эмоционального воздействия на аудиторию.
11. Разработать концепцию специального ПР-мероприятия.
12. Составить текст видеомонтажной заметки для выпуска новостей по заданному информационному поводу.

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

**Студенты должны**

**знать и понимать:**

- Основные термины и понятия журналистико-ведения, 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, 42.04.04 Телевидение 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, 42.03.04 Телевидение.

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 №\_\_\_\_ от \_\_\_\_ 2025 г.  
Председатель Ученого совета  
\_\_\_\_\_ Н.А. Ярошенко

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»  
Филологический факультет

Вступительное испытание по	направлению подготовки
ОП	Магистратура
Форма обучения	Очная, заочная
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью); 42.04.02 Журналистика (Магистерская программа: Журналистика); 42.04.04 Телевидение (Магистерская программа: Телевидение)

### **БИЛЕТ № \_\_\_\_\_**

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:


 Сегодня  
10 мая

**«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





Председатель приемной комиссии

С.В. Беспалова

Председатель экзаменационной  
комиссии

И.М. Артамонова

Год поступления 2025

## **5. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ**

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 онлайновых 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 медиапространство 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. Медиасистема 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. Связь 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. Шапцов, 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.