

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Программа
вступительных испытаний на направление подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистерская образовательная программа
«Продюсирование медиаконтента»

Чита
2025

	Должность	Фамилия, имя, отчество	Подпись	Дата
Разработал	Член предметной экзаменационной комиссии, д-р филол. наук, заведующая кафедрой журналистики и связей с общественностью	Ерофеева Ирина Викторовна		
Согласовал	Председатель предметной экзаменационной комиссии канд. ист. наук, доцент, декан историко-филологического факультета	Дроботушенко Евгений Викторович		

Программа вступительного испытания разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 528.

Вступительные испытания включают тестирование. Результаты вступительного испытания в магистратуру оцениваются по 100-балльной шкале.

При проведении вступительного испытания в форме компьютерного тестирования к каждому заданию предложены четыре варианта ответа, из которых только один верный. Количество тестовых заданий в одном варианте должно составлять не менее десяти. Общая продолжительность вступительного испытания зависит от количества тестовых заданий и составляет 3-5 минут на одно задание. Максимальное количество возможных баллов – 100.

Вступительное испытание проводится по следующим дисциплинам:

1. Теория и практика связей с общественностью.
2. Коммуникативные основы брендинга.
3. Теория и практика массовой и межличностной коммуникации.
4. Социология массовой коммуникации.
5. Психология массовой коммуникации.
6. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.
7. Медиакоммуникации.

Содержание тестовых заданий соответствует дисциплинам, включенным в программу вступительного испытания.

Теория и практика связей с общественностью.

Связи с общественностью: основные понятия и определения. Принципы и функции связей с общественностью. Классификации функций связей с общественностью. Общественное мнение как объект деятельности в связях с общественностью. Понятие, содержание и структура общественного мнения. Характеристики общественного мнения. Процесс формирования общественного мнения. Технологии формирования общественного мнения. Методы формирования общественного мнения. Понятие и сущность PR-коммуникаций. Исторические аспекты развития PR-коммуникаций. Место и роль PR-коммуникаций в системе общественных коммуникаций. Имиджмейкинг в связях с общественностью. Основные формы и средства взаимодействия PR и СМИ. Понятие, сущность, цели и задачи рекламы. Социальные основы рекламы. Коммуникативные характеристики рекламы. Функции рекламы. Роль и значимость рекламы в коммерции, в общественной жизни.

Список рекомендуемой литературы.

1. PR: теория и практика : учебник / Д. Е. Баранов [и др.] ; под ред. М.А. Лукашенко. - Москва : Маркет ДС, 2010. - 328с.
2. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти : Учебник / Васильева Мария Михайловна; Васильева М.М. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 495.
3. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2024.

4. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2024. – 231 с.
5. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие / Э. В. Кондратьев, А. Н. Абрамов; под ред. С.Д. Резника. - 5-е изд., испр. и доп. - Москва : Академический Проект, 2008. – 510 с.
7. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с.
8. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы : Учебное пособие / Гуревич Павел Семенович; Гуревич П.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2024.
9. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : Учебное пособие / Селезнева Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2024.

Коммуникативные основы брендинга.

Генезис феномена и понятия «бренд». Современные подходы к пониманию сущности бренда. Отличие понятий «бренд», «товарная марка», «торговый знак». Структурные компоненты бренда, мегабренда. Классификация брендов. Атрибуты бренда и их коммуникативные особенности. Понятие и сущность брендинга, ребрендинга.

Список рекомендуемой литературы.

1. Головлева Е. Л. Торговая марка: теория и практика управления : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2005. – 159 с.
2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. – М. : Издательство Юрайт, 2024. – 411 с.
3. Карпова Светлана Васильевна. Брендинг : Учебник и практикум / Карпова Светлана Васильевна; Карпова С.В., Захаренко И.К. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2023. - 439.
4. Павлова В. С. Коммуникативный и экономический потенциал бренда: монография / В. С. Павлова, Е. П. Топоркова, Чеботарев В. Е. – Чита: ЗабГУ, 2012. - 153 с.
5. Рожков, Игорь Яковлевич. Брендинг : Учебник для бакалавров / Рожков Игорь Яковлевич; Рожков И.Я. - М. : Издательство Юрайт, 2024. - 331.

Теория и практика массовой и межличностной коммуникации.

Массовая информация: понятие, отличительная особенность, структура, общественная значимость. Ключевые традиции и концепции в исследованиях массовой коммуникации. Этапы развития теории массовой коммуникации. Массовая коммуникация и идеология. Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества. Массовые информационные потоки. Массово-информационный процесс. Информационное пространство (информационное поле). Ограничения информационного пространства. Технологии и барьеры межличностной коммуникации.

Список рекомендуемой литературы:

1. Массовые коммуникации : учеб. пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - Москва : Вузовский учебник, 2009. - 236 с.
2. Сержантова И.Б. Массовые коммуникации и медиакультура / И.Б. Сержантова. – Чита: ЧитГУ, 2009. –156 с.

3. Василик М.А. Основы теории коммуникации : учебник / М. А. Василик. - Москва : Гардарики, 2006. - 615с.
4. Венедиктова Т. Д. Основы теории коммуникации : Учебник и практикум / Венедиктова Татьяна Дмитриевна; Венедиктова Т.Д. - Отв. ред., Гудков Д.Б. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2024. - 193.
5. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : Учебник / Гавра Дмитрий Петрович; Гавра Д.П. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2024. - 282.
6. Кашкин В. Б. Основы теории коммуникации : краткий курс / Кашкин Вячеслав Борисович. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : АСТ : Восток-Запад, 2007. - 247 с. - (Лингвистика и межкультурная коммуникация).
7. Социальные коммуникации. Психология общения: Учебник и практикум / Болотова Алла Константиновна; Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017.
8. Ильин И. П. Психология общения и межличностных отношений / Ильин Евгений Павлович. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2011. - 576 с.

Социология массовой коммуникации.

СМК как социальная подсистема. Функции и роли СМК. Взаимодействие государства и средств массовой коммуникации. Взаимодействие общественных организаций и средств массовой коммуникации. Факторы воздействия на электорат. Социологические исследования в PR. Роль социологических исследований. Виды и типы социологических исследований. Особенности организации социологического исследования.

Список рекомендуемой литературы.

1. Антонова Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 373 с.
2. Гостенина В. И. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. - Москва : Инфра-М, 2009. - 352 с.
3. Филатова О. Г. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Филатова Ольга Георгиевна. - Москва : Гардарики, 2006. - 303 с.
4. Федотова Л. Н.. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : Учебник для бакалавров / Федотова Лариса Николаевна; Федотова Л.Н. - 5-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2023.
5. Касьянов, Валерий Васильевич. Социология массовой коммуникации : Учебник / Касьянов Валерий Васильевич; Касьянов В.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2024. - 299.
6. Информационный менеджмент массовой коммуникации : учеб. пособие / Б. Головки. - Москва : Академический проект, 2005. - 288 с.
7. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2010. - 592 с.
8. Массовые коммуникации и медиакультура / И. Б. Сержантова. - Чита : ЧитГУ, 2009. - 148 с.

Психология массовой коммуникации.

Психология массовой коммуникации как наука. Аудитория как объект воздействия и как субъект взаимодействия в СМИ. Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ. История исследований медиавоздействия.

Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации. Психологические аспекты деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью. Социально-психологические проблемы массовой коммуникации. Информационно-психологические войны: понятие, черты и классификация.

Список рекомендуемой литературы:

1. Антонова Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. – М. : Издательство Юрайт, 2024.
2. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 206 с.
3. Болотова А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017.
4. Виноградова С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – М. : Издательство Юрайт, 2017.
5. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2023.
6. Евгеньева Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2023.
7. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М. : Издательство Юрайт, 2017.
8. Коноваленко М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. – М. : Издательство Юрайт, 2024.

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.

Функционально-организационные принципы построения отдела рекламы и связей с общественностью. Структура и функции отдела рекламы и связей с общественностью. Организация рекламной деятельности отделом рекламы и связей с общественностью. Понятие и сущность рекламной кампании. Организация рекламной кампании отделом рекламы и связей с общественностью.

Список рекомендуемой литературы:

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024.
2. Четвертков, Николай Васильевич. Современная пресс-служба : учеб. пособие / Четвертков Николай Васильевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2010.
3. Чумиков Александр Николаевич. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для вузов / Чумиков Александр Николаевич. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дело, 2008. – 560 с.
4. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014.
5. Казарян И. Р. Коммуникации в системе управления : учеб. пособие / И. Р. Казарян, С. П. Морозов. - Чита : ЧитГУ, 2011. - 151с.

6. Кондратьев, Эдуард Викторович. Связи с общественностью : учеб. пособие / Кондратьев Эдуард Викторович, Абрамов Роман Николаевич; под ред. С.Д. Резника. - 5-е изд., испр. и доп. - Москва : Академический Проект, 2008. – 510 с.
7. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024.

Медиакоммуникации

Медиакоммуникации: понятие, характеристика, история развития. Медиакоммуникация в эпоху цифровых технологий. Понятие и сущность PR-коммуникаций. Понятие, сущность и задачи рекламы. Достоинства и недостатки рекламы. Медиатехнологии: определение, ключевые понятия и классификация. Что такое «медиатехнологии», «информационное пространство», «информационное общество» и «общество знаний», роль и влияние медиатехнологий. Типология и системные характеристики СМИ. Креативные технологии и блогосфера: основные понятия, история.

Список рекомендуемой литературы

1. Чумиков А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
2. Василик М.А. Основы теории коммуникации : учебник / М. А. Василик. - Москва :Гардарики, 2006. - 615с.
3. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с.
4. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511855>
5. Корягина, Н. А. Эффективные коммуникации. Социальная компетентность личности : учебное пособие для вузов / Н. А. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18144-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534386>
6. Венедиктова Т. Д. Основы теории коммуникации : Учебник и практикум / Венедиктова Татьяна Дмитриевна; Венедиктова Т.Д. - Отв. ред., Гудков Д.Б. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2020. - 193.
7. Вокуев Н.Е. Между дневником и масс-медиа: особенности блога как средства коммуникации// Аналитика культурологии. – 2011. – №19. – С. 156 – 163.
8. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : Учебник / Гавра Дмитрий Петрович; Гавра Д.П. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2024. - 282.
9. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы : Учебное пособие / Гуревич Павел Семенович; Гуревич П.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2024.

10. Евсюкова Т.В., Гермашева, Т.М. Основные подходы к определению понятия «блог» и «блогосфера» в лингвистике // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 11-2. – С. 234- 239.
11. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>
12. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15901-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510237>
13. Кабацков А. Н. История и теория медиа [Электронные данные] : учебное пособие / А. Н. Кабацков ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2020. – 1,2 Мб ; 89 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/kabackov-istoriya-i-teoriya-media.pdf>.
14. Мультимедийные технологии СМИ. Учебное пособие кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского / Н.О. Автаева, В.А. Бейненсон, К.А. Болдина, А.Л. Коданина, О.Н. Савинова. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. – 171 с.
15. Шамаев И.Н. Классификация блогов рунета // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2013. – № 11. – С. 120 – 124
16. Шляхова Д.А. Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. - Т. 8. – № 4. – С. 939-948.
17. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0.
18. Болотова А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с.