

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева)

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом АГУ
им. В.Н. Татищева
«31» октября 2022 года,
протокол №3

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

ПО ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

для поступающих по направлению подготовки магистров
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
«Связи с общественностью в сфере государственного и муниципального
управления»

в 2023 году

АСТРАХАНЬ-2022

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. НАЗНАЧЕНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Оценка знаний поступающих лиц, полученных ими в ходе освоения программ бакалавриата и (или) специалитета, а также отбор среди поступающих лиц, наиболее способных и подготовленных к освоению программ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. «Связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»

1. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ:

2.1 Форма вступительного испытания – собеседование.

2.2 Продолжительность вступительного испытания – 20 минут на одного претендента, из которых 10 минут отводится на подготовку ответа и 10 минут — для ответа экзаменационной комиссии.

2.3 Система оценивания – дифференцированная, стобалльная, в соответствии с критериями оценивания,

- «отлично» – 90-100 баллов,
- «хорошо» – 70-89 баллов,
- «удовлетворительно» – 60-69 баллов,
- «неудовлетворительно» – ниже 60 баллов.

2.4 Решение о выставленной оценке принимается простым голосованием.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ/ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ВЫНОСИМЫХ НА СОБЕСЕДОВАНИЕ

Перечень вопросов, составленных на основе программ подготовки бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
3. Основные термины и понятия в сфере PR.
4. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
5. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
6. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
7. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.

8. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.

9. Коммуникация как процесс и структура.

10. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации.

11. Содержание и элементы коммуникации.

12. Коммуникативное пространство.

13. Возможности вербального воздействия на аудиторию.

14. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации.

15. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла.

16. Социально-коммуникационные революции.

17. Теория массовых коммуникаций.

18. Коммуникации в политике.

19. Предмет политической коммуникации.

20. Основные понятия политической коммуникации.

21. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.

22. Понятие политического консалтинга.

23. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.

24. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.

25. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области рекламы и связей с общественностью.

26. Основные российские ассоциации специалистов в области PR.

27. Российские профессиональные издания в области PR.

28. Понятие рекламной коммуникации.

29. Цели и основные составляющие рекламной коммуникации.3

30. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.

31. Этапы медиапланирования.

32. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.

33. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки: реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама на радио, реклама в интернет.

34. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.

35. Основные составляющие имиджа.

36. Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.

37. Брэнд и его значение в современной рекламе.

38. Классификация брендов.

39. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.

40. Политическое консультирование: типы, виды и формы.

41. Технологии политического консультирования.
42. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
43. Связи с общественностью в государственных структурах.
44. Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты.
45. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.
46. PR-технологии в привлечении инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
47. Целевые мероприятия по привлечению средств. Этапы Фандрайзинга.
48. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования

3. ЛИТЕРАТУРА, РЕКОМЕНДУЕМАЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

1. Основы рекламы и связей с общественностью [Текст]: методические указания для лекционных, практических и самостоятельных занятий по дисциплине "Основы рекламы и связей с общественностью" для студентов, обучающихся по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" / ТюмГНГУ ; сост. Г. И. Герасимова. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 36 с.
2. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарелейшнз [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью", для специалистов, работающих в сфере управления интегрированными коммуникациями. коммуникационного менеджмента и в области развития связей с общественностью / М. В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ФОРУМ, 2011. - 311 с. : табл. ; 21 см. - (Высшее образование).
3. Маркетинговые исследования в связях с общественностью [Текст] : методические указания к лекционным и практическим занятиям для студентов специальности 030602 "Связи с общественностью" очной и заочной формы обучения / ТюмГНГУ ; сост. А. В. Бушин ; ред. Г. И. Герасимова. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 24 с.
4. Теория и практика массовой информации : общество - СМИ - власть [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселёв. - М. : ЮНИТИДАНА, 2010. - 431 с.
5. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 329 с.
6. Связи с общественностью : происхождение и ранняя история [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Г. И. Герасимова ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2013. - 68 с.

7. PR в сфере коммерции [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 08011 "Маркетинг" и по направлению 100700.62 "Торговое дело" / под ред. И. М. Синяевой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 298 с. ; 21 см + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Вузовский учебник).

5. ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА АБИТУРИЕНТА, ПОСТУПАЮЩЕГО В МАГИСТРАТУРУ/ СООТНОШЕНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА АБИТУРИЕНТА И УРОВНИ ЕГО ЗНАНИЙ

Задачи вступительных испытаний.

В ходе вступительных испытаний должно быть учтено, что для успешного достижения поставленной цели необходимо, чтобы решались задачи теоретико-познавательного, методологического, воспитательного, идеологического и социологического характера.

Вступительные испытания должны позволить оценить:

- уровень базовых знаний и навыков применения теоретических знаний и знаний действующего законодательства;
- уровень владения абитуриентом базовой юридической терминологией, основополагающими понятиями и категориями, владеть методикой активного поиска истины, уметь аргументировано излагать свои взгляды и убеждения;
- уровень сформированности у абитуриента мировоззрения, опирающегося на твердое и осознанное уважение права и закона, прав и свобод личности, принципов правового государства, прежде всего принципов верховенства права, связанности личности и государства правом, разделения властей, идеологического плюрализма.

Каждый билет содержит два вопроса из вышеперечисленных разделов. При проверке экзаменационного ответа учитывается уровень владения абитуриентом категориальным аппаратом, знания основных закономерностей развития государства и права, а также умение анализировать проявление подобных закономерностей в законодательной системе государства.

Критерии оценки ответа студентов:

1. Правильность ответа на вопросы
2. Содержание и полнота ответа
3. Логичность композиции плана ответа
4. Знание отечественных и зарубежных научных источников
5. Умение увязывать теорию с практикой
6. Культура письменной речи студента.

Ответы должны быть представлены в виде грамотно изложенного, связного текста, позволяющего проследить логику рассуждений, лежащих в основе сделанных выводов. Ответ, представляющий собой бессвязный набор определений и иных положений, рассматривается как неверный.

Соотношение критериев оценивания ответа абитуриента и уровни его знаний

Уровни и подуровни знаний	Балл
---------------------------	------

<p>Абитуриент показал всестороннее, глубокое и тематическое знание учебного материала; ответ отличался точностью использованных понятий; материал излагался последовательно и логично. Было продемонстрировано умение формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения, продемонстрировано глубокое знание основных дискуссионных проблем юриспруденции. На дополнительные вопросы были даны полные и последовательные ответы.</p>	<p>100-95 (отлично)</p>
<p>Абитуриент показал всестороннее, глубокое и тематическое знание учебного материала; ответ отличался точностью использованных понятий; материал излагался последовательно и логично. Было продемонстрировано умение формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения, продемонстрировано общее представление об основных дискуссионных проблемах юриспруденции. Однако не на все дополнительные вопросы были даны полные и последовательные ответы.</p>	<p>94-90 (отлично)</p>
<p>Абитуриент показал хорошее знание учебного материала, ответ отличался точностью использованных основных понятий. Имеются навыки аргументации и отстаивания собственной точки зрения. Продемонстрировано общее представление об основных дискуссионных проблемах юриспруденции. На основные вопросы даны ответы полные и последовательные. Однако материал излагался недостаточно последовательно и логично. При ответе на дополнительные вопросы были допущены отдельные неточности.</p>	<p>89-85 (хорошо)</p>
<p>Абитуриент показал хорошее знание материала по тематическим вопросам. Имеются навыки аргументации и отстаивания собственной точки зрения. Однако материал излагался недостаточно последовательно, имеются пробелы в знаниях. Продемонстрировано слабое представление о дискуссионных проблемах в юриспруденции. При ответе на дополнительные вопросы были допущены отдельные неточности.</p>	<p>84-80 (хорошо)</p>
<p>Абитуриент показал достаточный уровень знаний: владеет только отдельными понятиями, имеются пробелы в знаниях, допускает ошибки в юридической терминологии. Однако на основные и дополнительные вопросы ответы были даны без необходимой для их раскрытия полноты и последовательности, и допущены отдельные неточности.</p>	<p>79-70 (удовлетворительно)</p>
<p>При ответе абитуриента обнаружилось значительное незнание учебного материала, при ответе были допущены грубые ошибки. С помощью дополнительных вопросов было частично раскрыто содержание теоретических вопросов. На дополнительные вопросы абитуриент отвечал уверенно и со значительными ошибками.</p>	<p>69-60 (удовлетворительно)</p>

<p>При ответе абитуриента обнаружались значительные пробелы в знании учебного материала, при ответе были допущены грубые ошибки. На дополнительные вопросы абитуриент отвечал неуверенно и со значительными ошибками. Уровень знаний не позволяет приступить к освоению основной образовательной программы.</p>	<p>До 59 (неудовлетворительно)</p>
<p>Абитуриент отказался отвечать на вопросы</p>	<p>0 (неудовлетворительно)</p>