

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель Приемной комиссии
Ректор МГИМО МИД России
Академик РАН

А.В. ТОРКУНОВ

**Программа вступительного испытания для поступления в магистратуру
МГИМО МИД России
по направлению подготовки
«Реклама и связи с общественностью»**

МОСКВА – 2021

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Настоящая программа составлена на основании требований ФГОС ВО и ОС ВО МГИМО МИД России (уровень – бакалавриат) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и определяет содержание и форму вступительного испытания для поступления на магистерскую программу «Новые медиа и стратегические коммуникации».

ФОРМАТ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительное испытание по специальности состоит из:

1. Профессионального собеседования;
2. Конкурса портфолио абитуриентов.

1. Профессиональное собеседование направлено на подтверждение наличия необходимых для успешного освоения магистерской программы знаний и компетенций и определение степени подготовленности абитуриента к обучению в магистратуре МГИМО.

Оценка за собеседование выставляется в диапазоне от 0 до 100 баллов и включает в себя: оценку личностных и деловых качеств и способностей, мотивации для обучения на программе, профессиональной увлеченности, умения логически рассуждать на заданные темы, общего интеллектуального уровня и эрудированности, зрелости самостоятельного мышления, коммуникативности, а также уровня социальной ориентированности и осведомленности об актуальных проблемах современности.

Профессиональное собеседование проводится в очном формате.

Длительность профессионального собеседования – 25 минут.

2. Портфолио абитуриента состоит из:

A. Диплома и приложения / справки / транскрипта об успеваемости по итогам обучения по программе высшего образования;

B. Мотивационного письма;

C. Резюме;

D. Рекомендательного письма (при наличии);

E. Документов, подтверждающих профессиональную внеучебную активность;

F. Документов, подтверждающих результаты научно-исследовательской деятельности (при наличии);

G. Документов, подтверждающих участие в профильных олимпиадах и конкурсах (при наличии);

H. Документов, подтверждающих прохождение стажировки, трудовую деятельность по профилю магистерской программы в государственных органах различного уровня вертикали власти и/или коммерческих структурах

(при наличии);

I. Документов, подтверждающих прохождение стажировки за рубежом (при наличии);

J. Документы, подтверждающие дополнительные достижения абитуриента.

Оценка за портфолио выставляется в диапазоне от 0 до 100 баллов.

Портфолио абитуриента предоставляется до завершения срока приема документов в магистратуру (до 20 июля 2021 года) на электронную почту portfolioRS@my.mgimo.ru. В теме письма необходимо указать ФИО абитуриента и название магистерской программы.

Требования к файлу портфолио:

- Формат файла – многостраничный PDF;
- Имя файла – СО_Фамилия (кириллица, нижнее подчеркивание);
- Размер файла – не более 15 Мб (15 Мегабайт).

Итоговая оценка за вступительное испытание по специальности определяется как среднее арифметическое между оценками за собеседование и за портфолио.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Собеседование проводится индивидуально с каждым абитуриентом как минимум двумя членами предметной комиссии.

Способности к обучению на программе оцениваются комиссией на основе интегрированного представления, сформировавшегося в результате собеседования.

Оценка за собеседование выставляется в диапазоне от 0 до 100 баллов.

Максимальное кол-во баллов	Критерии
25	<ul style="list-style-type: none">• Наличие четкого представления о последующем профессиональном становлении и развитии;• понимание профессиональной роли и ответственности, социального значения и функций профессии; степень профессиональной увлеченности;• умение ориентироваться в современных информационно-коммуникационных технологиях.
25	<ul style="list-style-type: none">• Знание текущих политических, экономических, и культурных событий в стране и мире;

	<ul style="list-style-type: none"> • понимание актуальных общественно значимых проблем, независимость и самостоятельность суждений в их оценке.
25	<ul style="list-style-type: none"> • Широта кругозора; • эрудиция; • высокий уровень культуры; • культура речи; • начитанность.
25	<p>Наличие интеллектуально-психологических качеств, необходимых в профессии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способность к логическому, аналитическому, ассоциативному и образному мышлению; • умение сосредоточиться; • способность к оперативному переключению внимания; • коммуникабельность; • умение спокойно и уверенно вести дискуссию.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

Национальная и международная политика и экономика: долгосрочные стратегии, национальные программы, дипломатия, транснациональные корпорации, международные организации.

Социальная сфера: образование, здравоохранение, городское планирование и развитие, качество жизни, благотворительность.

Культура: литература, театр, музыка, кино, стили и направления, классики и новые авторы, традиционная, массовая и элитарная культура, контркультура, информация и культура, культурные образцы, нормы и ценности.

Коммуникации, новые медиа: основы теории коммуникации, глобальные медиасистемы, информационно-коммуникационные технологии, социальные сети, современные информационные системы, процессы, вызовы.

Основы информационно-коммуникационных технологий.
 Понятие «коммуникации». Понятие «средств массовой информации». Коммуникация с различными сегментами общества. Общественное мнение. Влияние информационно-коммуникационных технологий на общественное мнение. Система маркетинговых коммуникаций.

Теоретические основы рекламы и связей с общественностью.

Понятие «рекламы». Понятие «связей с общественностью» (далее: СО). История становления и развития рекламы и СО. Роль рекламы и СО в современном мире. Сходства и различия рекламы и связей с общественностью. Целевые аудитории в рекламе и связях с общественностью, сферы применения. Работа со СМИ, в коммерческом секторе, с государственными структурами. Реклама и СО в политике.

Основы технологий рекламы и связей с общественностью.

Основы брендинга. Организация специальных мероприятий для СМИ и с участием СМИ. Создание имиджа и управление репутацией. Виды рекламной деятельности. Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью.

Современные задачи рекламы и связей с общественностью.

Сущность управления коммуникацией и информационными потоками в современном мире. Значение Интернета и социальных медиа для рекламы и СО. Социальная ответственность информационно-коммуникационных технологий. Этические нормы в связях с общественностью. Закон РФ «О рекламе».

Роль связей с общественностью в современном мире.

Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Объективные причины возникновения и развития профессии, науки и отрасли PR. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. СО в системе маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью в Интернете и социальных медиа. Основные профессиональные термины и понятия.

Основные организационные структуры в связях с общественностью.

Понятия «корпоративного имиджа» и «корпоративной культуры». Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью. Функции и задачи PR-специалиста в работе с каналами СМИ. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ. Основные профессии в сфере связей с общественностью.

Формы и методы формирования имиджа.

Определение и задачи имиджа. Имидж и репутация. Функции и инструментарий имиджа. Корпоративный и индивидуальный имидж. Государственный PR и имидж государства. Имидж страны, основные факторы его формирования. Формы и методы формирования государственного имиджа. Международный имидж государств.

Реклама в системе массовых коммуникаций.

История рекламы в России. Функции и цели рекламы. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельностью. Виды и средства рекламы. Классификация рекламы. Планирование рекламной деятельности. Этапы планирования рекламной кампании. Медиапланирование. Реклама в Интернете и в социальных медиа.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ЗНАКОМСТВА С БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИЕЙ

1. Информационно-коммуникационные технологии третьего тысячелетия: учебное пособие / П.В.Меньшиков, Е.Е.Юсупова, В.С.Новикова [и др.] ; под редакцией П.В.Меньшикова ; МГИМО (У) кафедра медийной политики и связей с общественностью. – Москва:МГИМО-Университет, 2020.
2. Катлип С.М. Паблик рилейшенз. Теория и практика: учеб. пособие / С. М. Катлип, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. Любое издание.
3. Меньшиков П.В. Информационная политика России. Учебное пособие. М.: МГИМО-Университет, 2017.
4. Меньшиков П.В. Бизнес-PR 4.0. Актуальные аспекты медийной политики в международном бизнесе. Учебное пособие. М.: МГИМО-Университет, 2018. Основы PR в бизнесе. Коллектив авторов кафедры РиСО ф-та МЖ МГИМО. М.: ЭКСМО, 2016.
5. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для вузов / Под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. М.: Аспект Пресс, 2013.
6. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. М.: Юрайт, 2017.
7. Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика. М.: ВестКонсалтинг, 2016.
8. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для вузов. Любое издание.
9. Электронное издание факультета Международной журналистики МГИМО МИД России «Международные коммуникации», 2018-2021 гг. www.intcom.mgimo.

ТРЕБОВАНИЯ К ПОРТФОЛИО АБИТУРИЕНТА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

1. Диплом и приложение / справка / транскрипта об успеваемости по итогам обучения по программам высшего образования, а также все документы о дополнительном образовании (повышение квалификации, освоение онлайн-курсов и пр.).
2. Мотивационное письмо абитуриента.

Мотивационное письмо пишется в произвольной форме и должно содержать следующий набор элементов: описание причин, побудивших абитуриента обучаться по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» по магистерской программе «Новые медиа и стратегические коммуникации»; общую оценку абитуриентом собственного профессионального и научного развития; видение абитуриента своей профессиональной деятельности после окончания магистратуры.

3. Рекомендательное письмо (или письма) от работодателей, ученых, преподавателей вузов и др., заверенные подписью и печатью.

4. Документы, подтверждающие опыт работы абитуриента в государственных органах или компаниях, деятельность которых связана с выбранным направлением подготовки.

5. Документы, подтверждающие научно-исследовательскую работу абитуриента, к которым относятся:

- Опубликованные статьи, тезисы, доклады конференций (в научных журналах, сборниках конференций и т.д., индексируемых Scopus, WoS) – предоставляются ксерокопии с возможностью идентифицировать факт, характер, год публикации (титульный лист, оглавление и полный текст статьи или доклада).
- Программы конференций, симпозиумов и т.д. с включенными в них докладами за авторством абитуриента.
- Письма из лабораторий или с кафедр университетов, подтверждающие участие абитуриента в коллективных научных проектах с указанием объема, вида, характера проделанной работы, заверенные руководителем лаборатории или заведующим кафедрой.

6. Документы, подтверждающие прохождение абитуриентом зарубежных стажировок в период обучения по программам высшего образования (дипломы, сертификаты, удостоверения и т.п.).

7. Иные документы, подтверждающие дополнительные достижения:

- Свидетельства о присуждении именных стипендий (Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, именные стипендии, предоставление которых осуществляется Минобрнауки России, ректора университета, фондов и пр.).
- Сертификаты или справки об участии в летних/зимних школах, иной международной деятельности и т.д.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПОРТФОЛИО АБИТУРИЕНТА

Критерий	Оценка
Справка/транскрипт об успеваемости по итогам обучения по программам высшего образования	<p>Максимальное количество баллов – 40 40% от среднего балла по справке/транскрипту в пересчете на 100-балльную систему (до 40 баллов).</p>

	<p>Дополнительно 5 баллов при получении диплома по одному из нижеперечисленных направлений подготовки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Реклама и связи с общественностью • Международная журналистика
Мотивационное письмо	<p>Максимальное количество баллов – 20 Учитывается полнота письма, целеустремленность кандидата, четкая определенность в стремлении выбрать тот или иной профиль. 1-4 балла – мотивационное письмо не соответствует структуре; мотивация кандидата прослеживается слабо 5-9 баллов – мотивационное письмо не соответствует структуре; мотивация кандидата, в целом, прослеживается 10-14 баллов – мотивационное письмо отчасти соответствует структуре; мотивация кандидата четко прослеживается 15-19 баллов – мотивационное письмо полностью соответствует структуре; мотивация кандидата прослеживается 20 баллов – мотивационное письмо полностью соответствует структуре; мотивация кандидата четко прослеживается; кандидат имеет четкие представления о своем профессиональном и научном развитии</p>
Рекомендации	<p>Максимально количество баллов – 10 Факт наличия рекомендательного письма с учетом значимости рекомендующей инстанции для профиля магистратуры и сферы деятельности – 10 баллов</p>
Опыт работы	<p>Максимальное количество баллов – 10 Соответствие организации общему профилю подготовки – 5 баллов При стаже от года и более – дополнительно 5 баллов</p>
Научно-исследовательская деятельность	<p>Максимальное количество баллов – 10 <u>Научные публикации (максимально 4 балла):</u> 1 и более статьи, индексируемые базой данных Scopus / WoS – 4 балла <u>Участие в иной научной деятельности (максимально 3 балла):</u></p>

	<p>Участие с докладом в 1 и более научных конференциях, конкурсах, моделях по профилю подготовки – 2 балла</p> <p>Участие в 1 и более коллективных научных проектах – 1 балл</p>
<p>Прохождение образовательной (учебной) стажировки за рубежом</p>	<p>Максимальное количество баллов – 5</p> <p>Прохождение зарубежной стажировки по профилю подготовки (реклама и связи с общественностью) – 5 баллов</p> <p>Прохождение зарубежной стажировки по иному профилю подготовки – 4 балла</p>
<p>Сертификаты, именные стипендии</p>	<p>Максимальное количество баллов – 5</p> <p>Наличие именной стипендии – 5 баллов</p> <p>Сертификат победителя/лауреата конференции, конкурса, модели по профилю подготовки – 4 балла</p> <p>Участие в международной деятельности, летние школы (с подтверждающими документами) – 1 балл</p>