

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Институт социально-философских наук и массовой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора

Института социально-философских
наук и массовой коммуникации

М.Ю. Ефлова

2025 г.



**СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Магистерские программа(ы): Медиакоммуникации в молодёжной среде

Форма обучения: очная

Критерии оценки результатов тестирования.

Количество вопросов в тесте - 50.

Каждое задание в тесте оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 50 баллов.

Критерии оценки мотивационного письма.

Максимальное количество баллов – 20.

Критерии оценки мотивационного письма	Максимум баллов
Мотивированность на обучение: • способность абитуриента обозначить цели профессионального развития; • способность проанализировать дефицит собственных компетенций; • способность продемонстрировать понимание особенностей выбранной магистерской программы, ее роли в восполнении дефицита компетенций и достижении целей профессионального развития.	до 9 баллов, из них: до 3 баллов до 3 баллов до 3 баллов
Потенциал обучения на магистерской программе: • способность сформулировать проблему, которая будет исследоваться в выпускной квалификационной работе магистранта; • способность обосновать, почему данная проблема достойна исследования, и кому интересно решение этой проблемы с практической точки зрения;	до 5 баллов, из них: до 2 баллов до 3 баллов
Способность последовательно и аргументировано излагать точку зрения, ясно и кратко излагать и формулировать мысли	до 2 баллов
Владение терминологическим аппаратом при выражении собственного мнения	до 2 баллов
Лексическая и стилистическая грамотность ответов	до 2 баллов

Критерии оценки портфолио:

Максимальное количество баллов – 30

Учебная деятельность:

Критерии оценки портфолио	Баллы	Подтверждающий документ
Средний балл по диплому: • 4,75-4,99 либо диплом с отличием; • 4,51-4,74; • 4-4,5.	5 4 3	скан - копии диплома о высшем образовании и приложения к диплому. К копиям прикладывается расчет среднего балла по диплому.
Признание абитуриента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования олимпиады, конкурса, соревнования, состязания международного/всероссийского уровня, направленных на выявление учебных достижений студентов: • 1 место (международный статус мероприятия); • 2 место (международный статус мероприятия); • 3 место (международный статус мероприятия); • 1 место (всероссийский статус мероприятия); • 2 место (всероссийский статус мероприятия); • 3 место (всероссийский статус мероприятия).	8 7 6 5 4 3	скан - копии дипломов, сертификатов, подтверждающих признание студента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования олимпиады, конкурса, соревнования, состязания международного/всероссийского уровня, направленных на выявление учебных достижений обучающихся. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в вышеуказанных мероприятиях за период обучения в вузе. Региональный уровень мероприятий в данном критерии не учитывается (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов).
Рекомендация Председателя ГЭК или заведующего выпускающей кафедры по поступлению в магистратуру: • имеется; • не имеется.	3 0	Рекомендация Председателя ГЭК или заведующего выпускающей кафедры, подписанная им лично и заверенная печатью организации.
Диплом о дополнительном профессиональном образовании (квалификации), диплом о	4	Скан - копии дипломов. Наличие двух и более дипломов о дополнительном профессиональном образовании

профессиональной переподготовке		(квалификации), профессиональной переподготовке не увеличивает количество баллов по данному критерию.
Удостоверение о повышении квалификации	2	Скан - копии удостоверений. Наличие двух и более удостоверений не увеличивает количество баллов по данному критерию.
Сертификат о прохождении курсов по смежным профилям, сертификаты о прохождении стажировок, сертификат об участии в научно-образовательных школах по смежным профилям	1	Скан - копии сертификатов. Каждый сертификат о прохождении курсов по смежным профилям, сертификаты о прохождении стажировок, сертификат об участии в научно-образовательных школах по смежным профилям оценивается в 1 балл, общее количество баллов по данному критерию – не более 3.

Научная деятельность:

Критерии	Баллы	Подтверждающий документ
Опубликованные за период обучения в вузе научных и научно-практические работы: • статьи в российских периодических изданиях из перечня ВАК; • статьи и тезисы в прочих изданиях.	8 4	скан - копии опубликованных научных и научно-практических работ в период обучения в вузе (баллы по отдельным критериям внутри научной деятельности суммируются, наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)
Опыт исследовательской деятельности: • участие в грантах РФФИ и РНФ; • участие в хоздоговорной деятельности по направлению подготовки; • участие в проектной деятельности по направлению подготовки.	2 2 2	• копия договора с РФФИ, РНФ, подтверждающего участие в проектной и грантовой деятельности; • копия договора с предприятиями - заказчиками (организациями); • копия договора об участии в проекте.

		Наличие двух и более достижений по одному критерию не увеличивает количество баллов.
--	--	--

Общественная, культурно – творческая и спортивная деятельность:

Критерии	Баллы	Подтверждающий документ
Участие в организации и проведении социально ориентированной, общественной деятельности (шефская помощь, благотворительные акции, организация мероприятий внутривузовского, городского, республиканского, федерального уровней и иные подобные формы мероприятий): • имеется; • не имеется.	2 0	скан - копии документов, подтверждающие участие в организации и проведении социально ориентированной, общественной деятельности в период обучения в вузе (шефская помощь, благотворительные акции, организация мероприятий внутривузовского, городского, республиканского, федерального уровней и иные подобные формы мероприятий)
Награда (приз) за результаты культурно-творческой деятельности международного, всероссийского мероприятия: • 1 место (международный уровень мероприятия); • 2 место (международный уровень мероприятия); • 3 место (международный уровень мероприятия); • 1 место (российский уровень мероприятия); • 2 место (российский уровень мероприятия); • 3 место (российский уровень мероприятия).	3 2,5 2 1,5 1 0,5	скан - копии документов, подтверждающие наличие награды (приза) за результаты культурно - творческой деятельности международного, всероссийского мероприятия. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в данных мероприятиях в период обучения в вузе (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)
Награда (приз) за результаты спортивной деятельности, осуществленной им в рамках спортивных международных, всероссийских мероприятий:	3	скан - копии документов, подтверждающие наличие награды (приза) за результаты спортивной деятельности, осуществленной им в рамках спортивных международных,

• 1 место (международный уровень мероприятия);	2,5	всероссийских мероприятий в период обучения в вузе. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в данных мероприятиях в период обучения в вузе (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)
• 2 место (международный уровень мероприятия);	2	
• 3 место (международный уровень мероприятия);	1,5	
• 1 место (российский уровень мероприятия);	1	
• 2 место (российский уровень мероприятия);	0,5	
• 3 место (российский уровень мероприятия).		

Дополнительные навыки:

Критерии	Баллы	Подтверждающий документ
Документ, подтверждающий стаж работы не менее 6-ти месяцев по направлению поступления в магистратуру:		скан - копии трудовой книжки/трудового договора, выписки из электронной трудовой книжки, договора, либо договоров об оказании услуг, подтверждающие стаж работы не менее 6-ти месяцев по направлению поступления в магистратуру
• имеется;	6	
• не имеется.	0	

При равенстве суммы конкурсных баллов более высокое место в списке занимают поступающие, имеющие более высокий средний балл по представленному диплому о предыдущем образовании.

Средний балл рассчитывается на основании оценок, входящих в приложение к диплому:

- число отличных оценок умножить на 5;
- число хороших оценок умножить на 4;
- число удовлетворительных оценок умножить на 3;
- сложить полученные произведения;
- полученную сумму разделить на число оценок.

3.2 Примерные задания.

ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ.

1. Мультискрининг представляет собой:

- а) использование нескольких экранов одновременно
- б) взаимодействие пользователей между собой
- в) использование медиа для различных форм активности

2. Концепция ATAWAD представляет собой:

- а) возможность доступа к интересующему контенту в любое время, в любом месте и на любом устройстве
- б) видео по запросу
- в) возможность «сдвигать время вещания по времени»

3. Чего позволяет достичь использование метода эмоционализации?

- а) обращение к эмоциям потенциального покупателя
- б) большей запоминаемости рекламного текста
- в) более длительного внимания к рекламному тексту
- г) все вышеперечисленное

4. Какие основные этапы включает в себя процесс нейминга?

- а) развернутое описание производимых продуктов
- б) анализ конкурентов
- в) анализ потребителей
- г) концепция позиционирования продукта
- д) все вышеперечисленное

5. Под языковой игрой обычно понимают:

- а) сознательное нарушение языковых норм, правил речевого общения
- б) использование сленга и жаргонизм
- в) использование повторов

6. Назовите виды языковой игры в рекламе (уберите лишний вариант):

- а) Графическое подобие
- б) Фонетические приемы
- в) Лексические приемы
- г) Словообразовательные приемы
- д) Морфологические приёмы
- е) Синтаксические приемы

7. В фундаментальной науке «Теория организации» выделяются следующие направления:

- а) теория явлений;
- б) теория объектов;
- в) теория социальных организаций;
- г) теория процессов.

8. Многоуровневый характер имеет:

- а) предмет теории организации;
- б) объект теории организации;
- в) метод теории организации.

9. Методы, позволяющие выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях:

- а) лингвистический анализ
- б) контент-анализ
- в) дискурсивный анализ
- г) метод критической лингвистики
- д) когнитивный анализ
- е) лингвокультурологический анализ

10. Основой метода контент-анализа является:

- а) концепция дискурса, позволяющая проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической стороной текста
- б) изучение концептуальной стороны текстов массовой информации, направленное на выявление соотношения реальной действительности и ее медиарепрезентаций
- в) выявление культурозначимых компонентов текста
- г) статистический подсчет специально выбранных текстовых единиц

11. Статичный свет, однотонный:

- а) прострел;
- б) свет динамический;
- в) свет заливочный.

12. Предоставление поддержки (финансовой или иной) коммерческой организацией какому-либо мероприятию или деятельности с целью достижения своих маркетинговых задач:

- а) бартер;
- б) спонсорство;
- в) благотворительность.

13. Медиапланирование начинается:

- а) с определения целевой аудитории;
- б) с формирования стратегии рекламной кампании;
- в) с определения медиасредства;

г) с формирования сметы.

14. Рейтинг – это

- а) размер аудитории медианосителя;
- б) отношение числа смотревших программу представителей целевой аудитории к размеру всей целевой аудитории;
- в) отношение числа ответивших положительно на вопрос о потреблении медианосителя к числу ответивших отрицательно.

15. К вербальным методам системного анализа относятся:

- а) Метод решающих матриц
- б) Метод экспертных оценок, эвристических решений
- в) Метод типа «Дельфи»

16. Наблюдение, где условия окружающей среды и наблюдаемая ситуация определяется исследователем:

- а) полевое исследование;
- б) лабораторное исследование.

17. Массовая информация - это ... (укажите правильный вариант):

- а) информация, которая распространяется через каналы коммуникаций;
- б) информация которая находится в свободном доступе;
- в) печатные, аудио-видео сообщения и материалы публикуемые и транслируемые в федеральных СМИ;
- г) печатные, аудио-видео сообщения и материалы, предназначенные для неограниченного круга лиц.

18. Телевещатель - это ... (укажите правильный вариант):

- а) физическое или юридическое лицо, владеющее телевизионным каналом;
- б) физическое или юридическое лицо, которое составляет телевизионные программы для приема их населением и транслирует их;
- в) физическое или юридическое лицо, которое составляет телевизионные программы для приема их населением и обеспечивает их трансляцию в полной и неизменной форме третьим лицом;
- г) физическое или юридическое лицо, которое составляет телевизионные программы для приема их населением и транслирует их либо обеспечивает их трансляцию в полной и неизменной форме третьим лицом.

19. **Статистическая модель, выражающая в математической форме динамические закономерности развития изучаемого явления или процесса**
- а) Трендовая модель
 - б) Сценарий развития
 - в) Модель сезонной волны
 - г) Модель Портера
20. **Статистический показатель, характеризующий степень несхожести респондентов или их ответов**
- а) Размах вариации
 - б) Квартиль
 - в) Средняя величина
 - г) Медиана
 - д) Мода

Раздел IV. Список литературы.

Рекомендуемая литература.

1. Федеральный Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (ред. От 25.07.2002)
2. Федеральный Закон «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» от 09.10.1992 N 3612-1 (ред. От 23.06.1999, с изм. От 30.12.2001)
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" / СЗ РФ. 2006. № 30. Ст. 600 (с изм. и доп. на 12.04.07).
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953324>
5. Теория и практика социальных коммуникаций / Козловская С.Н., - 2-е изд., сокр. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016 - 98 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/548840>
6. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. - М. : ИНФРА-М, 2017.- 350 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/854756>
7. Коммуникология: основы теории коммуникации / Шарков Ф.И., - 4-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 488 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414752>
8. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 350 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/344977>
9. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский; Отв. ред. О.Я. Гойхман. - М.:

- НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/253871>
10. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Мандель Б.Р. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 208 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/769194>
 11. Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 160 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937258>
 12. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / Кузин С., Ильин О. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 258 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/926469>
 13. Трансрегиональные корпорации: планирование и управление в условиях модернизации российской экономики: Монография / Иванова Ю.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 188 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/851794>
 14. Управление общественными отношениями / Мамедова Н.А., Кривова Т.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 92 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/612689>
 15. Управление общественными отношениями: учебно-методическое пособие Учебно-методическое пособие - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 31 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504597>
 16. Управление общественным мнением: Учебное пособие / Франц В.А., - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 135 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/946999>
 17. Патоша Ольга Ивановна Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - (Высшее образование: Магистратура). - www.dx.doi.org/10.12737/19925. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/543751>
 18. Коммерция в средствах массовой информации : учеб. пособие / Г.А. Яковлев. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 143 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/939892> р. – М.: 1999 – 256 с.