

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

*Факультет психологии  
Кафедра социальных коммуникаций*

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. проректора по УР

Е.Ю. Брель

«22»



**ПРОГРАММА**

**вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки**

**«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»**

**на программу**

**«PR и реклама в системе новых медиа»**

**Очная / очно-заочная формы обучения**

**Автор(ы)-составитель(и):**

доктор философских наук, профессор И.П. Кужелева-Саган

кандидат философских наук, доцент Д.И. Спичева

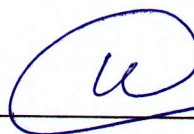
**Рассмотрена и рекомендована**

учебно-методической комиссией факультета психологии

Протокол от «10» 05 2016г. № 15

СОГЛАСОВАНО:

Ответственный секретарь Приёмной комиссии ТГУ



Е.В. Павлов

#### Используемые сокращения

- ООП - Основная образовательная программа.
- НИ ТГУ - Национальный исследовательский Томский государственный университет.
- РФ - Российская Федерация.
- ОК - Общекультурные компетенции.
- ОПК - Общепрофессиональные компетенции.
- ПК - Профессиональные компетенции.
- ОД - Основная деятельность.

## 1. Общие положения

1.1. Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью на программу «PR и реклама в системе новых медиа» включает в себя комплексный экзамен по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и собеседование по профилю программы, позволяющие оценить подготовленность поступающих к освоению программы магистратуры.

1.2. В основу программы вступительных испытаний положены общие требования к базовым/входным знаниям абитуриентов в области связей с общественностью, рекламы и новых медиа.

1.3. Программа вступительных испытаний содержит описание процедуры, программы вступительных испытаний и критерии оценки ответов.

1.4. Вступительные испытания проводятся на русском языке.

1.5. Организация и проведение вступительных испытаний осуществляется в соответствии с Правилами приема, утвержденными приказом ректора НИ ТГУ, действующими на текущий год поступления.

1.6. По результатам вступительных испытаний, поступающий имеет право на апелляцию в порядке, установленном Правилами приема, действующими на текущий год поступления.

1.7. Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью на программу «PR и реклама в системе новых медиа» ежегодно пересматривается и обновляется с учетом изменений нормативно-правовой базы РФ в области высшего образования и локальных документов, регламентирующих процедуру приема в НИ ТГУ. Изменения, внесенные в программу вступительных испытаний, рассматриваются и утверждаются на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии. Программа вступительных испытаний утверждается проректором по учебной работе.

1.8. Программа вступительных испытаний публикуется на официальном сайте НИ ТГУ в разделе «Магистратура» не позднее даты, указанной в Правилах приема, действующих на текущий год поступления.

1.9. Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью на программу «PR и реклама в системе новых медиа» хранится в документах факультета.



## **2. Цель и задачи вступительных испытаний**

2.1. Вступительные испытания предназначены для определения подготовленности поступающего к освоению выбранной ООП магистратуры и проводятся с целью определения требуемых компетенций поступающего, необходимых для освоения данной основной образовательной программы «PR и реклама в системе новых медиа» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

2.2. Основные задачи экзамена по направлению подготовки и собеседования по профилю программы:

- проверка уровня общей культуры и образованности абитуриента;
- определение уровня развития общепрофессиональных умений;
- выявление уровня владения профессиональными навыками в сфере рекламы, связей с общественностью и / или новых медиа;

### **3. Вступительный экзамен: структура, процедура, программа и критерии оценки ответов**

#### **3.1. Структура экзамена**

3.1.1. Вступительный экзамен по направлению включает письменную работу по дисциплине «PR и реклама в системе новых медиа».

3.1.2. В ходе экзамена поступающий должен показать следующие результаты обучения, свидетельствующие о подготовленности абитуриента к освоению данной ООП.

Знание:

- базовых правил грамматики, синтаксиса и стилистики;
- приемов абстрактного мышления, анализа, синтеза.

Профессиональные умения:

- владение корректной письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском языке, владение основами копирайтинга, создания уникального цифрового контента;
- способность вести переписку в рамках уровня поставленных задач, анализировать актуальные проблемы и достижения в Рунете.

Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками:

- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (в области организационно-управленческой деятельности);
- способность разрабатывать материалы прогнозно-аналитического характера, осуществлять самостоятельную деятельность в русскоязычной блогосфере (в информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности);

- способность к обобщениям, выводам, аргументированию соображений, выдвижению новых идей, способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании работы (в области научно-исследовательской и педагогической деятельности).

3.1.3. Экзамен проводится в письменной форме: написание текста (2 500 тысяч знаков с пробелами) для авторского блога по одной из предложенных тем.

### **3.2. Процедура вступительного экзамена**

3.2.1. В ходе экзамена абитуриенту запрещено пользоваться мобильными устройствами, Интернет-сервисами, конспектами и другими вспомогательными материалами.

3.2.2. Для абитуриентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов вступительные испытания проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3.2.3. Общая продолжительность экзамена составляет не более – 90 мин.

Максимальное количество баллов за экзамен – 100 баллов.

Минимальное количество баллов для успешного прохождения экзамена – 20 баллов.

Поступающий, набравший менее 20 баллов за экзамен, к дальнейшим испытаниям не допускается и не может быть зачислен в магистратуру.

### **3.3. Программа вступительного экзамена**

3.3.1. Перечень примерных тем для написания текста для авторского блога по одной из предложенных тем.

- 1) Блог: что в имени...
- 2) Блоги бывают разные...
- 3) Мое будущее и будущее России: Pro et Contra.
- 4) Родной город.
- 5) Олимпийские игры - 2014.
- 6) Какого цвета PR?
- 7) Мой кумир.
- 8) Реклама: любить нельзя ненавидеть.
- 9) Научные открытия: что я об этом думаю.
- 10) Открытое письмо Президенту.
- 11) У меня есть мечта...
- 12) О чем бы я спросил Стива Джобса...
- 13) Самое лучшее признание в любви
- 14) История с телеканалом «Дождь»: все начиналось как опрос...
- 15) Любите ли вы писать тексты так, как я?
- 16) Чудо, которое меня потрясло.
- 17) Дружба – специфически человеческий факт...
- 18) Почему я решил изучать новые медиа?
- 19) Политика – дело важное, грязное, противоречивое, интересное, лживое (нужное подчеркнуть)
- 20) Если бы у меня был 1 миллион долларов...



### 3.3.2. Рекомендуемая литература (в том числе электронные ресурсы)

#### 1) основная:

1. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие 2-е издание. — М.: КноРус, 2012. — 256 с.
2. Литвин Е. Прибыльный блог. Создай, раскрути и заработай. — СПб.: Питер, 2011 — 272 с.
3. Скотт Д. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2013. — 352 с.
4. Сорокина Е., Федотченко Ю., Чабаненко К. В социальных сетях. Twitter — 140 символов самовыражения. — СПб.: Питер, 2011 — 144 с.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. — 324 с.
6. Dean J. Blog theory: feedback and capture in the circuits of drive. — Polity Press, 2010
7. [www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)
8. <http://allproall.com/kak-pravilno-pisat-teksty-dlya-bloga/>
9. [www.blogsummit.ru](http://www.blogsummit.ru)
10. [www.blogservice.ru](http://www.blogservice.ru)
11. [www.newsgator.com](http://www.newsgator.com)
12. [company.yandex.ru/blog](http://company.yandex.ru/blog)
13. [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics)
14. [www.habrahabr.ru](http://www.habrahabr.ru)
15. [www.liveinternet.ru](http://www.liveinternet.ru)
16. [www.livejournal.com](http://www.livejournal.com)
17. [www.blogger.com](http://www.blogger.com)
18. [www.feedster.com](http://www.feedster.com)
19. [www.bloglines.com](http://www.bloglines.com)
20. [www.blogsearch.google.com](http://www.blogsearch.google.com)

#### 2) дополнительная

21. Интернет и интерактивные медиа – исследования / Под ред. И.Засурского. В 2-х ч. М.: Изд-во МГУ, 2007.
22. Попов А. В. Блоги. Новая сфера влияния. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008 — 336 с.
23. Райт Дж. Блог-маркетинг. Новый революционный путь увеличения продаж, усиления потенциала бренда и достижения выдающихся результатов в бизнесе. — М.: Эксмо, 2008. — 272 с.
24. Сафронова Т. Порядок интеракции в сетевых дневниках: альтернативная экономика сообщений // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В. Л., Зайцевой Ю. Е., Соколова М. М. — СПб.: Издательство СПбГУ, 2006.
25. Скобл Р., Израэль Ш. Разговор дороже денег. Как блоггинг меняет общение бизнеса и потребителей. — СПб.: Коммерсант, Питер, 2007 — 368 с.
26. Флинн Н. Корпоративные блоги: правила поведения. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. — 320 с.
27. Ющук Е.Л. Блог: создать и раскрутить. — М.: Вершина, 2008. — 168 с.

### 3.4. Критерии оценки вступительного экзамена

## 3.4.1.

Показатели оценки	Критерии оценки и количество баллов				
	Отсутствие показателя	Фрагментарное проявление некоторых показателей	Успешное, но не систематическое проявление некоторых показателей	Успешное, но содержащее отдельные пробелы проявление большинства показателей	Успешное и систематическое проявление всех показателей
Знание базовых правил грамматики, синтаксиса и стилистики, приемов абстрактного мышления, анализа, синтеза, способность к обобщениям, выводам, аргументированию соображений, выдвижению новых идей, способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании работы.	0	5	10	15	20
Владение корректной письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском языке, владение основами копирайтинга, создания уникального цифрового контента.	0	5	10	15	20
Способность вести переписку в рамках уровня поставленных задач, анализировать актуальные проблемы и достижения в Рунете.	0	5	10	15	20
Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга.	0	5	10	15	20



Показатели оценки	Критерии оценки и количество баллов				
	Отсутствие показателя	Фрагментарное проявление некоторых показателей	Успешное, но не систематическое проявление некоторых показателей	Успешное, но содержащее отдельные пробелы проявления большинства показателей	Успешное и систематическое проявление всех показателей
Способность разрабатывать материалы прогнозно-аналитического характера, осуществлять самостоятельную деятельность в русскоязычной блогосфере.	0	5	10	15	20

3.4.2. Проверка и оценка ответов на задания/вопросы вступительного экзамена проводится аттестационной комиссией, действующей на основании утверждающего документа - локального акта ТГУ.

Общая оценка определяется как средний балл, выставленный всеми членами аттестационной комиссии по результатам вступительного экзамена.

#### **4. Собеседование по профилю программы: структура, процедура, программа и критерии оценки ответов**

##### **4.1. Структура и процедура собеседования.**

4.1.1. Собеседование проводится по профилю программы магистратуры «PR и реклама в системе новых медиа» в форме ответов на вопросы и защиты домашнего задания.

Общая продолжительность собеседования составляет не более 30 мин., с учетом индивидуальных особенностей абитуриента.

Максимальное количество баллов за собеседование – 100.

Поступающий, набравший менее 20 баллов за собеседование не может быть зачислен в магистратуру.

4.1.2. В ходе собеседования поступающий должен продемонстрировать:

Знание:

- правил поведения в нестандартных ситуациях;
- приемов саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала;
- принципов самостоятельного обучения новым методам исследования;
- иностранного языка как средства делового общения;
- особенностей восприятия различия этнических особенностей, традиций и культур.

Профессиональные умения:

- способность осуществлять базовые управленческие профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в одной или нескольких сферах;



- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения;
- владение методами делового общения в интернациональной среде;
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении;
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.

Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками:

- Организационно-управленческая деятельность:
  - способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;
  - способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;
  - способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать её эффективность;
  - способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;
  - способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность;
  - способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях;
  - способность оценивать затраты и результаты деятельности организации;
  - способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;
  - способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов.
- Коммуникационная деятельность:
  - способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
- Проектная деятельность:
  - способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов из реализации, контроля и корректировки;
  - способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов.
- Информационно-аналитическая и прогнозная-аналитическая:



- способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера;
- способность осуществлять консультирование по всем рыночным и социальным исследованиям, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.
- Научно-исследовательская и педагогическая деятельность:
  - способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований;
  - способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции;
  - способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте;
  - способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции;
  - способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации.

## **4.2. Программа собеседования**

### 4.2.1. Вопросы к собеседованию с абитуриентами.

#### I. Обязательные вопросы

1. Из какого источника получена информация о программе магистратуры "PR и реклама в системе новых медиа»?
2. Уровень владения английским языком?
3. Реальный опыт практической работы в сфере социальных коммуникаций?
4. Уровень владения искусством копирайтинга?
5. Склонность к научным исследованиям?
6. Есть ли опыт работы в сфере новых медиа?
7. Есть ли опыт участия в проекте, связанном со сферой новых медиа?
8. Есть ли опыт руководства проектом, связанным со сферой новых медиа?
9. Есть ли опыт преподавательской работы?
10. Есть какие-то специальные (фото-, дизайнерские, другие...) умения и навыки?

#### II. Вопросы на эрудицию, общий уровень культуры

1. Что вам известно о таком явлении как коворкинг?
2. Что вам известно о таком явлении как аутсорсинг?
3. Чем отличается «этнос» от «демоса»?
4. Кто ректор Томского государственного университета?
5. Ваше любимое музыкальное произведение?
6. Как зовут мэра города Томска?
7. Какое событие состоится в Красноярске в 2019 году?

8. Какое событие состоится в России в 2018 году?
9. Какой тип избирательной системы в России?
10. Старейший вуз России?
11. Назовите: президента Франции (Франсуа Олланд), премьер-министра Италии (Маттео Ренци) и президента Казахстана (Нурсултан Назарбаев)?
12. Назовите современных зарубежных писателей, которые известны в мире.
13. Как зовут жителей Архангельска?
14. Назовите российских писателей, которые, по вашему мнению, являются самыми популярными в мире.
15. Назовите самые известные зарубежные университеты?
16. Витрувианский человек – что это?
17. Чем отличается демократия в Древней Греции от современных демократий?
18. Назовите Ваше любимое произведение изобразительного искусства?
19. Каких два вуза России имеют особый статус, позволяющий им выдавать дипломы собственного образца?
20. Кто такие «разрушители стереотипов»?
21. В чем отличие понятий «этос» и «этнос»?
22. Поклонником какого музыкального стиля Вы являетесь?
23. Последний просмотренный кинофильм?
24. Кто губернатор Томской области?
25. Назовите современных российских писателей, которые известны в мире.
26. Назовите современных российских писателей, которые, по вашему мнению, должны быть известны в мире.
27. Что такое Coursera?
28. Ваш любимый вид спорта?
29. Ваш любимый композитор?
30. Назовите: президента США, канцлера Германии и премьер-министра Великобритании?

### III. Вопросы на креативное мышление

1. С каким животным для Вас ассоциируется Томский государственный университет? Почему?
2. Окончите, пожалуйста, фразу: «Если хочешь, чтобы у тебя было **много** времени...»
3. Одно желание, о котором Вы попросили бы Золотую Рыбку?
4. Опишите, используя только 5 существительных (им. падеж, ед. число), свою профессиональную цель.
5. С чем для Вас ассоциируется реклама?
6. В 2018 году Россия будет проводить ЧМ по футболу. Что могло бы стать символом состязаний?
7. Эффективный рекламист – это... (окончите, пожалуйста, фразу).
8. Если бы Вам предложили разработать концепцию сайта для рекламного агентства, чтобы Вы предложили, как обязательный элемент?
9. Опишите, используя только 5 наречий, свое состояние в настоящий момент.
10. С чем для Вас ассоциируется Новый Год?
11. С каким деревом для Вас ассоциируется Томский государственный университет? Почему?



12. Вы читаете специализированные журналы сферы PR и рекламы?
13. Кто (в профессиональном смысле) произвел на Вас самое сильное впечатление?
14. Вы готовы к углубленному изучению английского языка?
15. Чем отличается реклама от PR?
16. Приведите пример удачной, на Ваш взгляд, рекламной кампании.
17. Готовы ли вы работать в команде с преподавателями кафедры, другими магистрантами над проектами кафедры (факультета, ТГУ)?
18. Можете назвать имена ярких зарубежных представителей нашей профессии?
19. «Платиновое» правило рекламы по А.Репьеву. Если не знаете – предложите свою формулировку.
20. Готовы писать научные тексты на английском языке?
21. Приведите пример продающей рекламы.
22. Самый неудачный, из запомнившихся рекламных роликов.
23. Главное качество для тех, кто занимается рекламой и PR?
24. Кто такой Айви Ли?
25. Приведите пример неудачной, на Ваш взгляд, рекламной кампании.
26. Что больше нравится: реклама или PR? Почему?
27. Готовы ли вы работать в команде с преподавателями кафедры над какими-либо образовательными проектами?
28. Вы читали книги о нашей профессии?
29. Вы посещаете какие-либо специализированные Интернет-сайты, посвященные вопросам сферы PR и рекламы?
30. Вы готовы заниматься профессионально преподавательской деятельностью?

V. Вопросы на выявление осведомленности о сфере новых медиа

1. Что вам известно о таком явлении как краудсорсинг?
2. Назовите популярные зарубежные социальные сети.
3. Что такое «юзабилити»?
4. Кто такой Павел Дуров (основатель сети «ВКонтакте»)?
5. Что такое гаджеты?
6. Что вам известно о таком явлении как Интернет (web) - серфинг?
7. Кто такие «цифровые аборигены»?
8. Есть «новые медиа», а есть «старые»? Назовите.
9. Вы зарегистрированы в социальных сетях?
10. Кто такие «цифровые кочевники»?
11. Что такое профайл?
12. Что такое seo-копирайтинг?
13. Кто такой Альберт Попков (основатель сети «Одноклассники»)?
14. Назовите мировые центры развития новых медиа.
15. Что такое «интерфейс»?
16. Что вам известно об «офисе мечты» компании Google?
17. Что такое «новые медиа»?
18. Знаете что-нибудь из истории новых медиа?
19. Назовите популярные российские социальные сети.
20. Что такое «advergaming»?
21. Кто такие «цифровые эмигранты»?

12. Ваш девиз, как профессионала.
13. Как могла бы закончиться сказка «Колобок», если бы Лиса не съела главного героя?
14. Мужчина – это... (окончите, пожалуйста, фразу).
15. Если бы Вам предложили разработать концепцию сайта для коммерческой структуры, чтобы Вы предложили, как обязательный элемент?
16. Предложите свою идею для авторского блога.
17. С чем для Вас ассоциируется PR?
18. Окончите, пожалуйста, фразу: «Вся моя жизнь – одно большое...»
19. С каким городом для Вас ассоциируется Томский государственный университет? Почему?
20. Предложите свою версию финала фильма «Аватар».
21. Академик Дмитрий Лихачев утверждал, что о добрых людях очень легко, интересно говорить, писать. Потому что добрые люди... (окончите, пожалуйста, фразу).
22. С каким архитектурным сооружением для Вас ассоциируется Томский государственный университет? Почему?
23. Как могла бы закончиться сказка «Репка», если бы в доме у стариков не оказалось Мышки?
24. С чем для Вас ассоциируется лето?
25. Опишите, используя только 5 глаголов, свой обычный рабочий день.
26. Женщина – это... (окончите, пожалуйста, фразу).
27. Если бы Вам предложили разработать концепцию сайта для Вашего персонального продвижения, чтобы Вы предложили, как обязательный элемент?
28. Ваш любимый анекдот.
29. Опишите сон, который мог бы присниться Золушке в ту ночь, когда она вернулась с бала без туфельки.
30. Окончите, пожалуйста, фразу: «Если хочешь, чтобы у тебя было **мало** времени...»

IV. Вопросы на осознанность выбора магистерской программы «PR и реклама в системе новых медиа»

1. Чем бы углубленно хотели заниматься в магистратуре (продвижение сайтов? Events? Писать тексты? Переписка на английском языке? Научные исследования?)
2. Ваше самое сильное профессиональное качество.
3. Готовы ли вы работать в команде с преподавателями кафедры над какими-либо новомедийными проектами?
4. Ваша профессиональная мечта?
5. Вы знаете, кто такой Эдвард Бернейз?
6. В какой сфере, как магистрант, Вы хотели бы заниматься научными исследованиями?
7. Можете назвать имена ярких российских представителей нашей профессии?
8. «Золотое» правило рекламы по А.Репьеву. Если не знаете – предложите свою формулировку.
9. Самый удачный, из запомнившихся рекламных роликов.
10. Ваши профессиональные качества, которые следует развивать?
11. Для чего Вам нужно изучать новые медиа?



22. Что такое «вирусный маркетинг»?
23. Что такое web 2.0?
24. Кто такие мэмы?
25. Вам знаком термин «комьюнити»?
26. Назовите имена людей, связанных с миром новых медиа.
27. Что такое Prezi.com?
28. Кто такой Марк Цукерберг (основатель сети «Фейсбук»)?
29. Что такое Instagram?
30. Что такое «цифровой контент»?

#### VI. Блиц-опрос

1. Последняя прочитанная Вами книга
2. Любимый афоризм
3. Ваш кумир
4. Любимый фильм
5. Самая оригинальная реклама
6. Ваше Хобби
7. У Вас есть друзья?
8. В людях больше всего цените...?
9. Самый популярный Интернет-сервис?
10. Имя Вашего первого учителя?

4.2.2. В качестве домашнего задания абитуриент оформляет и представляет на собеседовании перспективный план возможной индивидуальной работы магистранта.

#### 1. Участие в конференциях

№	Название конференции	Возможное название и аннотация доклада
1.	<i>Например, Международная конференция «Connect-Universum»</i>	

#### 2. Подготовка публикаций

№	Возможное название и аннотация публикации	Издательство, название журнала
1.		<i>Например, Издательство ТГУ, Вестник Томского государственного университета.</i>

#### 3. Участие в профессиональных конкурсах

№	Название конкурса	Возможное название и аннотация конкурсных материалов
	<i>Например, «Хрустальный Апельсин» открытый всероссийский конкурс студенческих работ в</i>	

области общественных связей	развития
--------------------------------	----------

4. Участие в других мероприятиях (на усмотрение абитуриента).

### 4.3. Критерии оценки ответов собеседования

#### 4.3.1.

Показатели оценки	Критерии оценки и количество баллов				
	Отсутствие знаний	Фрагментарное проявление знаний по 2 показателям	Успешное, но не систематическое проявление знаний по 3 показателям	Успешное, но содержащие отдельные пробелы знания по 4 показателям	Успешное и систематическое проявление знаний по 5 показателям
<b>Знание:</b> 1) правил поведения в нестандартных ситуациях; 2) приемов саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала; 3) принципов самостоятельного обучения новым методам исследования; 4) иностранного языка как средства делового общения; 5) особенностей восприятия различия этнических особенностей, традиций и культур.	0	5	10	15	20
<b>Профессиональные умения:</b> 1) способность осуществлять базовые управленческие профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в одной или нескольких сферах; 2) способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; 3) владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения; 4) владение методами делового общения в интернациональной среде; 5) готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении; 6) способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.	Отсутствие профессиональных умений	Фрагментарное проявление умений по 2 показателям	Успешное, но не систематическое проявление умений по 3 показателям	Успешное, но содержащие отдельные пробелы проявление умений по 4 показателям	Успешное и систематическое проявление умений по 5 -6 показателям



	0	5	10	15	20
<p>1) Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками организационно-управленческой деятельности в сфере рекламы и/или PR и/или новых медиа.</p> <p>2) Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками коммуникационной деятельности в сфере рекламы и/или PR и/или новых медиа.</p> <p>3) Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками проектной деятельности в сфере рекламы и/или PR и/или новых медиа.</p> <p>4) Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками в информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности в сфере рекламы и/или PR и/или новых медиа.</p> <p>5) Владение на начальном уровне некоторыми профессиональными навыками в научно-исследовательской и педагогической деятельности</p>	Отсутствие профессиональных навыков	Фрагментарное проявление профессиональных навыков по 2 показателям	Успешное, но не систематическое проявление профессиональных навыков по 3 показателям	Успешное, но содержащее отдельные пробелы проявление профессиональных навыков по 4 показателям	Успешное и систематическое проявление профессиональных навыков по 5 показателям
	0	5	10	15	20
Оценка перспективного плана возможной индивидуальной работы магистранта	Отсутствует	Заполнен 1 раздел	Заполнено 2 раздела	Заполнено 3 раздела	Заполнено 4 раздела
	0	10	20	30	40
<b>ИТОГО</b>					Max 100

4.3.2. Проверка и оценка ответов на задания/вопросы вступительного экзамена проводится аттестационной комиссией, действующей на основании утверждающего документа - локального акта ТГУ.

Общая оценка определяется как средний балл, выставленный всеми членами аттестационной комиссии по результатам вступительного экзамена.