

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И. КАНТА

«УТВЕРЖДАЮ»
Руководитель ОНК
«Институт образования
и гуманитарных наук»



А.О. Бударина

2023 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

по программе магистратуры

Направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа «*Геобрендинг и GR-коммуникации*»

Лист согласования

Составитель: руководитель образовательных программ, ст. преподаватель, Е.М. Струкова

Программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 09 от «30» января 2023 г.

Председатель Ученого совета

ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» _____  А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ _____  Е.М. Струкова

Настоящая программа разработана для поступающих в магистратуру 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Геобрендинг и GR-коммуникации».

Абитуриенты, желающие освоить основную образовательную программу магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», должны иметь образование не ниже высшего образования (бакалавриат, специалитет или магистратура), в том числе образование, полученное в иностранном государстве, признанное в Российской Федерации, и ознакомиться с Правилами приема в Балтийский федеральный университет им. И. Канта на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

Целью вступительного испытания является оценка базовых знаний, поступающих в магистратуру с точки зрения их достаточности для освоения образовательной программы по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

При приеме на обучение на программу магистратуры формой вступительного испытания является комплексный экзамен по направлению подготовки, который включает два задания: тест и написание мотивационного письма.

Комплексный экзамен по программе магистратуры проводится на русском языке в дистанционной форме.

Продолжительность комплексного экзамена – 2 астрономических часа (120 минут).

Содержание программы

Раздел 1. Связи с общественностью, эволюция, научные основы, методология

Сущность и содержание связей с общественностью (паблик рилейшнз). Методы и задачи связей с общественностью в современном бизнесе. Принципы и функции связей с общественностью. Требования к личным качествам специалистов по связям с общественностью. Истоки и история развития связей с общественностью. Зарождение основ профессии связей с общественностью (паблик рилейшнз) в Америке. Институционализация паблик рилейшнз в США. Использование паблик рилейшнз государственными органами. Состояние связей с общественностью в России. Подразделение связей с общественностью в функциональной структуре организации. Организационная структура и обязанности подразделения по связям с общественностью PR-отдел организации: преимущества и недостатки. PR в органах государственной власти. Организация современной пресс-службы. Коммуникация и влияние на общественность. Процесс коммуникации и его элементы. СМИ как основной канал воздействия PR технологий. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью. Общие правила подготовки PR-текстов. Электронные средства массовой информации как инструмент связей с общественностью. Реклама в системе связей с общественностью. Сущность, цели и основные виды рекламы. Средства распространения рекламы, их преимущества и недостатки. Общие требования российского законодательства к рекламе. Особенности использования рекламы в электронных и печатных средствах массовой информации.

Раздел 2. Связи с общественностью в действии

Мастерство коммуникации. Формирование корпоративной культуры и имиджа организации. Корпоративная культура: понятие, функции и механизмы формирования. Элементы корпоративной культуры организации. Функции корпоративной культуры. Отношения с потребителями и защита информации в системе связей с общественностью. Политический PR в системе связей с общественностью. Связи с общественностью в социальной. Виды современного фандрайзинга. Ключевые показатели успешного фандрайзинга. Формирование культуры фандрайзинга. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Сущность и

классификация кризисов. Основные причины и профилактика кризисных ситуаций при установлении связей с общественностью.

Критерии оценивания уровня знаний

Оценка знаний поступающего в магистратуру производится по 100-бальной шкале. Максимальный балл – 100. Минимальный балл, соответствующий положительной оценке – 25.

Требования к мотивационному письму

1. Мотивационное письмо должно быть составлено на русском языке.
2. Объем – не более 2 страниц, шрифт Times New Roman прямого начертания, кегль (размер) шрифта 12 пт, межстрочный интервал - 1,5.
3. Оригинальность текста должна составлять не менее 80%.

Примерная структура мотивационного эссе для поступления в магистратуру

1. Вступление (чем вас заинтересовало данное направление подготовки, что повлияло на ваш выбор).
2. Цели поступления и профессионального развития: общее представление о вашей будущей карьере.
3. Карьерный план: как описанные выше цели будут достигнуты?
4. Какие знания, навыки и компетенции по программам высшего образования, полученного Вами ранее, пригодятся в ходе реализации карьерного плана?
5. Как программа, на которую вы поступаете, поможет вам развить соответствующие качества, навыки и знания и добиться обозначенных выше карьерных целей?
6. Какими исследованиями/проектами/разработками Вы планируете заниматься в рамках программы магистратуры?
7. Заключение. Вывод о важности и необходимости обучения по выбранной магистерской программе для Вас.

Текст должен быть завершённым и содержать аргументированные тезисы по существу вопроса. В ответах должно быть продемонстрировано владение понятийным аппаратом по выбранному направлению подготовки и терминологией, понимание современных тенденций и проблем в избранной области. В целом текст должен носить научно-ориентированный характер.

Краткие рекомендации к написанию мотивационного письма:

- мотивационное письмо должно выделить автора из числа других абитуриентов;
- в мотивационном письме автор не должен писать о себе в третьем лице;
- недопустимо использовать сленговые выражения и профессиональный жаргон;
- необходимо тщательно проверить каждый ответ на предмет орфографических, лексических и грамматических ошибок;
- недопустимо превышать лимит, отведенный для параграфа мотивационного письма;
- мотивационное письмо должно носить продуктивный характер, т.е. быть результатом собственной творческой работы и не содержать заимствований из сети Интернет;
- тематически мотивационное письмо должно быть связано с направлением магистерской программы.

Критерии оценивания мотивационного письма (максимально 30 баллов):

21-30 баллов	Высокий уровень логической культуры в обосновании карьерного плана; обстоятельные и обоснованные ответы на поставленные вопросы; единообразие стиля изложения материала; структурированность и аргументированность изложения; проявление творческих способностей в понимании и изложении материала;
11-20 баллов	Карьерный план обозначен, но не обоснован в полной мере; недостаточность самостоятельных выводов и суждений; незначительное наличие орфографических и пунктуационных ошибок;
1-10 баллов	Нарушение логических связей между разделами эссе; уход от поставленных проблем и неполнота их раскрытия; наличие орфографических и пунктуационных ошибок;
0 баллов	Эссе не отвечает на поставленные вопросы; вопросы эссе раскрыты недостаточно полно; оригинальность текста составляет менее 80%; объем текста не соответствует заявленным требованиям; большое количество орфографических и пунктуационных ошибок;

Основная и дополнительная литература

Основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842548> (дата обращения: 30.03.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> (дата обращения: 30.03.2023). – Режим доступа: по подписке.
3. Шестаков, Ю. А. История рекламы : учебное пособие / Ю.А. Шестаков. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 259 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/13532>. - ISBN 978-5-369-01496-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1175180>. – Режим доступа: по подписке.
4. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учебное пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригра, Т. В. Акулич. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004794-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002476> – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 30.03.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Обидин, Д. Л. Технология создания рекламного текста : учебно-методическое пособие / Д. Л. Обидин. - Москва : Инфра-М, 2014. - 31 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/497288>. – Режим доступа: по подписке. <https://znanium.com/catalog/product/927476>. – Режим доступа: по подписке.

3. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>. – Режим доступа: по подписке.
4. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> (дата обращения: 30.03.2023). – Режим доступа: по подписке.