

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова приймальної комісії
В. С. Пономаренко
№ 0207/21
2020р.



ПРОГРАМА

фахового вступного випробування
освітній ступінь «МАГІСТР»

спеціальність 061 «Журналістика»
освітньо-професійна програма «Медіа-комунікації»

Харків, 2020

ВСТУП

Фахове випробування є комплексним іспитом в межах галузевого стандарту вищої освіти України з підготовки бакалаврів у галузі знань 06 «Журналістика».

Вступний іспит за фахом для абітурієнтів освітнього ступеня «бакалавр» проводиться за розкладом приймальної комісії. До вступного іспиту допускаються абітурієнти, що подали заяву та інші необхідні для вступу документи до приймальної комісії.

Вступний іспит для абітурієнтів розрахований для всіх охочих навчитися працювати з медіа-технологіями та досліджувати їх, проводиться у письмовій формі, що включає творчі завдання.

Завдання фахового випробування складено з метою виявлення знань, вмінь, компетентностей, якими володіє бакалавр (табл. 1).

Таблиця 1

Основні компетентності, якими повинен володіти бакалавр для вступу за напрямом підготовки «Медіа-комунікації»

Вид компетентності	Професійні компетентності
1	2
Загально-професійні:	використовувати термінологію з медіа у професійній діяльності
	володіти системою знань і практичних навичок з написання прес-релізу
	володіти базовими компетентностями з менеджменту та маркетингу
	користуватися нормативно-правовим актами і науковою літературою з медіакомунікацій
	володіти навичками самостійного набуття знань щодо медіакомунікацій
	знати основи права в сфері медіа, реклами, інтелектуальної власності
	володіти початковими навичками щодо створення медіа-продуктів та використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій
	комунікативні навички та ініціативність
Спеціалізовано-професійні	володіти методами об'єктивної оцінки та аналізу соціально-гуманітарних процесів
	володіти загальнонауковою методологією та логікою процесу пізнання

1	2
	застосовувати креативне мислення та творчий підхід до вирішення нових проблем і ситуацій
	здійснювати збір, обробку, аналіз, систематизацію, узагальнення інформації
	застосовувати методи проведення соціологічних та маркетингових досліджень
	виявляти джерела інформації, здійснювати їх аналіз для забезпечення надійності та достовірності інформації
	вміти презентувати та доносити власні розробки та ідеї тощо

ЗМІСТ ФАХОВИХ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Умови написання есе

Есе студента – це самостійна письмова робота за темою, яка запропонована. Ціль есе складається в розкритті навичок самостійного творчого мислення й письмового викладу власних думок. Написання есе дозволяє побачити, що автор може чітко й грамотно формулювати свою думку, структурувати інформацію, використовувати основні категорії аналізу, виділяти причинно-наслідкові зв'язки, ілюструвати поняття відповідними прикладами, аргументувати свої висновки, а також показати володіння особистим стилем мови.

Есе повинне містити:

чіткий виклад суті поставленої проблеми,

самостійно проведений аналіз цієї проблеми з використанням концепцій і аналітичного інструментарію, розглянутого в рамках сформульованої проблеми,

висновки, що узагальнюють авторську позицію за поставленою проблемою. Есе може мати докладний розбір ключових слів, які є в назві з підбором і детальним аналізом прикладів, що ілюструють проблему тощо.

Розкриття теми есе повинно бути засновано на класичній системі доказів. Причому доказ – це сукупність логічних прийомів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомогою інших суджень, які напряду або опосередковано пов'язано з проблемою, що сформульованою в есе. Доказ або аргументація включає міркування, з використанням фактів; судження; наукові дані й переконує в істинності того, про що йде мова.

Структура есе

1. Введення – суть і обґрунтування теми есе, причому текст необхідно формулювати доступно, логічно й стилістично.

На цьому етапі дуже важливо правильно описати проблему, яку треба вирішити у ході свого дослідження.

При роботі над введенням можуть допомогти відповіді на наступні питання: «Чому тема є важливою в даний момент?», «Які поняття будуть залучені в ході міркування по темі?» тощо.

2. Основна частина – теоретичні основи сформульованої проблеми й виклад основного матеріалу в рамках проблеми.

Дана частина припускає розвиток аргументації й аналізу, а також обґрунтування проблеми, яка сформульована в назві есе, виходячи з наявних даних, інших аргументів і позицій за цією проблемою. У цьому полягає основний зміст есе й це являє собою головні труднощі. Тому важливе значення мають підзаголовки, на основі яких здійснюється структурування аргументації; саме тут необхідно обґрунтувати (логічно, використовуючи дані або строгі міркування) пропоновану аргументацію/аналіз. Як аналітичний інструмент, там де це необхідно, можна використовувати графіки, рисунки й таблиці.

Залежно від поставленого питання аналіз проводиться на основі наступних категорій:

Причина – наслідок, загальне – особливе, форма – зміст, частина – ціле, сталість – мінливість.

Для повного розкриття теми есе пропонується застосовувати приклади, фразеологізми, прислів'я та інші засоби, які можуть підсилити сприйняття представленого в есе матеріалу.

3. Висновок включає узагальнення й аргументування результатів по темі есе із вказівкою області її застосування й т. д. У висновку пропонуються висвітлити шляхи вирішення поставленої й вирішеної в есе проблеми. Висновок може містити вказівки на взаємозв'язки проблеми, сформульованої в есе з іншими проблемами.

Надання відповіді на задану **ситуацію**, передбачає: аргументованість та логічність запропонованих заходів щодо вирішення проблеми; вміння використовувати креативний підхід у процесі розгляду ситуації; здатність до продукування різноманітних варіантів для реалізації пропозицій щодо вирішення проблеми; відповідність запропонованих заходів досягненню поставлених цілей. У процесі розбору ситуації необхідно

продемонструвати базові знання з медіакомунікацій та володіння спеціальною термінологією. Викладення відповіді на ситуацію повинно бути грамотним та стилістично виваженим.

Для конкурсу пропонується виконати ситуаційне завдання – вирішити виробничу проблему засобами медіакомунікації. Необхідно проаналізувати надане завдання та запропонувати засоби виходу з кризової ситуації, вирішення необхідних виробничих завдань із використанням зовнішніх та внутрішніх комунікацій, PR заходів тощо.

В програму іспиту входить творче завдання – розробка прес-релізу. При роботі над цим завданням абітурієнту необхідно продемонструвати як спеціальні компетенції з написання журналістських та PR текстів, так і проявити свою творчість у виборі теми, обставин, проведення заходу, підбору необхідних засобів.

Абітурієнтам пропонуються теми, за якими вони мають самостійно поставити собі завдання, обрати мету, структуру та умови проведення події, розробити прес-реліз, який анонсує певну подію.

Прес-реліз має відповідати вимогам до журналістських текстів, не містити рекламних матеріалів, він призначений для розміщення в ЗМІ.

Прес-реліз є текстовим документом, який має таку рекомендовану структуру:

заголовок,

лід,

2 абзаци, присвячені змісту події,

1 абзац, присвячений формі проведення заходу,

1 абзац презентує компанію, яка випускає прес-реліз.

СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ ВСТУПНОГО ІСПИТУ ЗА ФАХОМ

Екзаменаційний білет вступного іспиту за фахом включає творчі завдання:

есе;

ситуація;

прес-реліз.

Рекомендований розподіл балів відповідно до рівня складності завдань у білеті з фахового випробування наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Рекомендований розподіл балів відповідно до рівня складності завдань у білеті вступного іспиту за фахом

Рівень складності	Кількість контрольних завдань			Розподіл балів в одному білеті	Різновид завдань
	Есе	Ситуація	Інтерв'ю		
I. Рівень складності	1	–	–	40	Есе за темами
II. Рівень складності	–	1	–	30	Ситуаційні завдання
III. Рівень складності	–	–	1	30	Творчі завдання у вигляді прес-релізу за темами

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Валеєв Г. Х. Методология и методы психолого-педагогических исследований: Учебное пособие для студентов 3–5-х курсов педагогических вузов по специальности «031000 – Педагогика и психология». – Стерлитамак: Стерлитамак. гос. пед. ин-т, 2002. – 134 с.

2. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. – СПб.: Союз, 1997. – 288 с.

3. Климов И. Выписки из книги С. Садмена и Н. Брэдберна «Как правильно задавать вопросы...» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-170.pdf>.

4. Кодола Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы : учеб. пособие / Н. В. Кодола. – 2-е изд., испр., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 176 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. сл. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

6. Лукина М. Технология интервью: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 191 с.

7. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации: (теория и практика). – К. : Дакор, 2002. – 506 с.

8. Почепцов Г. Г. Public relations: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.

9. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. пос. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.

10. Управление общественными отношениями: Ученик / Под ред. Комаровского В. С. – М.: Издательство РАГС, 2005. – 400 с.

11. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. – СПб: Изд. Дом «Нева», 2003. – 368 с.

12. Шишкина М. А. Паблік рилейшнз в систсеме социального управления. – СПб: Изд-ва «Паллада-медиа»и СЗРЦ «Руссич», 2002. – 444 с.

Голова атестаційної комісії



(підпис)

К. В. Яренько

(прізвище та ініціали)