

**Программа вступительного испытания  
по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации**

**Институт государственной службы и управления**

Программа вступительного испытания включает аннотацию по основным тематическим блокам, базовые позиции по которым должен знать поступающий, а также список рекомендуемой литературы.

Вступительное испытание оценивается по 100-балльной шкале.

Минимальный балл для поступления на обучение в Институт государственной службы и управления - 40 баллов.

Вступительное испытание проводится в виде письменного тестирования или устного собеседования (в зависимости от конкретной образовательной программы и формы обучения) в соответствии с Правилами приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» на обучение по образовательным программам высшего образования - программам магистратуры на 2026/27 учебный год.

Вступительное испытание для поступающих с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводятся в соответствии с Правилами приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» на обучение по образовательным программам высшего образования - программам магистратуры на 2026/27 учебный год.

**Аннотации основных тематических блоков**

**Тема 1. Культурная политика и креативные индустрии**

Становление и развитие культурной политики в России. Стратегия социокультурного управления в контексте современной социокультурной ситуации. Значение целевых программ в социокультурном управлении. Региональные целевые программы в сфере культуры. Проблемы в формировании и осуществлении культурной политики. Функции, закономерности и принципы социокультурной деятельности. Культурная политика России и культурные индустрии. Культурная политика зарубежных стран: стратегии и модели. Организатор социально-культурной деятельности: этика профессионала. Понятие «культурной революции». Культура и рынок. Креативные индустрии как сфера коллективных инноваций. Сущность культурологии как науки, особенности ее предмета; место культурологии в системе гуманитарного знания. Основные направления, концепции и школы в культурологии. Происхождение и сущность культуры. Морфология культуры. Типология культуры. Социокультурная динамика и ее модели. Культура – общество – личность. Диалог и взаимодействие культур в современных условиях. Россия как культурно-цивилизационный тип

**Тема 2. Основы продюсирования**

Продвижение продюсерского проекта. Основные методы сбора информации. Источники финансирования продюсерской деятельности. Финансовые риски в продюсерской деятельности. Специфика профессии продюсер. Множественность профессиональных ролей. Понятия «аудитории» и «целевой аудитории». Специфика

креатива, роль сценария в проекте. Профессиональная мораль и профессиональная этика: возникновение, становление и развитие. Журналистика и мораль. Профессиональная журналистская этика и предмет её регулирования. Социальная ответственность продюсера и направления развития профессиональной этики. Продакт-плейсмент. Как грамотно интегрировать спонсорскую рекламу, не разрушив целостность проекта. Профессиональная этика продюсера. Кино и телевидение: специфика, взаимоотношения, тренды.

### Тема 3. Правовые основы деятельности продюсера

Нормативно-правовые акты, регулирующие продюсерскую деятельность. История становления и развития законодательства о массмедиа в России. Законодательство в сфере культуры. Источники гражданско-правового регулирования массмедиа. Государственная (национальная) политика в области СМИ. Государственное регулирование распространения массовой информации. Свобода массовой информации: гражданско-правовые проблемы реализации. Феномен «концентрации медиасобственности». Правовые и этические стандарты продюсерской деятельности. Организация деятельности и корпоративная структура массмедиа. Новые медиа и право: основные положения и взаимодействие. Медиа-система России. Типология СМИ. Теоретический аспект. Типология газет. Типология журналов. Типология ТВ. Типология радио. Типология интернет-ресурсов. Инфраструктура СМИ Авторские и смежные права как составляющая часть интеллектуальной собственности. Юридическая ответственность за нарушение авторских и смежных прав. Нормативно-правовое регулирование в сфере культуры. Субъекты культурной политики. Региональные стратегии социокультурного управления.

### Тема 4. История. Всеобщая история. История искусств

Теоретико-методологические проблемы изучения всемирной истории в новое и новейшее время. Формирование основ цивилизации Нового времени. Становление национальных государств. XVI-XVII вв. XVIII столетие в мировой истории. Великая Французская буржуазная революция и наполеоновские войны. Россия и мир в XIX веке. Россия и мир в XX веке. Искусство в системе культуры. Историческая типология и происхождение искусства. Искусство древнего мира. Искусство античности. Искусство Средних веков. Искусство Возрождения. Стилиевое многообразие искусства эпохи Просвещения. Европейское искусство XIX века. Искусство Нового времени. Основные направления искусства модернизма XX века.

### Тема 5. Креативные индустрии и современные технологии

Законы композиции. Композиционные формы в живописи, фотографии. Натюрморт, как жанр изобразительного искусства. Пейзаж в живописи и фотографии. Архитектура как жанр в изобразительном искусстве. Интерьер в живописи и фотографии. Портрет как жанр фотографического искусства. Репортаж в фотографическом искусстве и журналистике. Очерк в фотографическом искусстве и журналистике. Теория дизайна. Основы композиционного построения изображений. Основы пространственно-перспективного построения. Методы подготовки графических проектов. Методы разработки элементов фирменного стиля.

## Тема 5. Коммуникации и риски

Межкультурная коммуникация: теоретические аспекты. Проблема выбора проекта будущего. Индустриальный проект: всемирные выставки у истоков экономической либерализации и научно-технической универсализации. Постиндустриальный проект социокультурной реальности. Образы, имиджи и стереотипы в межкультурной коммуникации в международном культурном обмене. Двусторонние и многосторонние связи в международном культурном обмене. Международное культурное сотрудничество. Основные направления и формы культурного обмена в межкультурной коммуникации. Система управления рисками — принципы и методы. Технологии вовлечения в стратегический процесс всех заинтересованных сторон. Репутационные риски в эпоху цифровых технологий. Обеспечение информационной безопасности и конфиденциальности информации. Коммуникационный аудит.

## Тема 6. Управленческие основы организации продюсерской деятельности

Эволюция взглядов на организацию. Природа и сущность, типы, цели, миссия организации.

Структурные принципы организации. Механизм функционирования организации. Коммуникации. Информационные потоки. Открытые и закрытые системы. Переговорный процесс: его содержание, функции, структура. Этапы подготовки к переговорам. Подготовка к переговорам (предпереговорная стадия). Прогнозирование расстановки сил. Выбор позиции. Стадия взаимодействия. Стили переговоров. Поиск взаимоприемлемого решения. Подведение промежуточных итогов. Анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей (имплементация). Методы и инструменты разработки деловой стратегии. Аналитика и отчетность. Технологии управления репутацией.

## Тема 7. Медиапланирование и продвижение

Эффективные рекламоносители в медиапланировании. Новые СМИ. Основные параметры в медиапланировании. Аудитория. Выставочная деятельность предприятий социально-культурной сферы. Концепция выставки. Этапы планирования. Бренд-менеджмент и маркетинг. Сходства и различия Создание бренда и фирменного стиля. Формирование стратегии продвижения. Как повысить лояльность целевой аудитории. Тематические мероприятия. Как завоевать доверие Создание образа и разработка «легенды». Символы и реальность в многообразии современных авторитетов. Целевые аудитории репутации. Компоненты репутации. Репутационные риски в эпоху цифровых технологий. SERM (управление репутацией в поисковой выдаче). Hidden Marketing (скрытый маркетинг). Принцип работы. Особенности. Online Reputation Management (управление репутацией в сети). YouScan, IQBuzz, Brand Analytics. Функции бренд-менеджера. Социальные продюсеры как новые создатели контента. Разработка контент-стратегии.

## Список рекомендованной литературы

1. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера ; Москва., 2007. - 130 с.
2. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования : монография / Н. Б.

3. Кириллова, О.Н. Астафьева и др. Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2019. - 288 с.
4. Каган, М. С. Введение в историю мировой культуры в 2 т. учебник для вузов Москва :
5. Издательство Юрайт, 2020. — 287 с.
6. Мастерство продюсера кино и телевидения. Учебник. Гриф УМО. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник»; (Серия «Медиаобразование»). М. Издательство Юрайт,
7. 2020. — 287 с.
8. Сурков П.В. Продюсерская деятельность / П.В. Сурков – М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2022.
9. Медиасистема России : учебное пособие для студентов вузов : допущено УМО... / А. В.
10. Вырковский, Т. Э. Гринберг, А. Н. Гуреева [и др.]; под ред. Е. Л. Вартановой. - Москва :Аспект Пресс, 2017. - 384 с.
11. Митч Меерсон, Основы интернет-маркетинга. 2014
12. Пайн Дж. Б., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005.

**Приложение**  
**к программе вступительного испытания**

**Критерии постановки оценки по вступительному испытанию:**

**1. Устное собеседование состоит из 4 вопросов**

<b>Шкала оценивания ответов</b>			
затруднился с ответом	ответ дан с наводящими вопросами	дан самостоятельный ответ	свободно владеет темой вопроса (применяет знание теории, практики)
0 баллов	10 баллов	15 баллов	25 баллов

**2. Письменное тестирование**

Тест включает в себя не менее 25 вопросов с несколькими вариантами ответов и открытые вопросы. Правильный ответ оценивается максимум в 4 балла.

Для написания теста отводится не более 60 минут.