

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

ПРИНЯТА
Ученым Советом
Экономического факультета и ИМЭБ
Протокол № 4 от «29» октября 2020 г.

ПРОГРАММА

вступительного испытания в магистратуру

в форме конкурса портфолио по направлению подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

1

МОСКВА

2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И СФЕРА ДЕЙСТВИЯ ПРОГРАММЫ.....	3
3. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ	3
4. РЕКОМЕНДАЦИИ К УРОВНЮ ЗНАНИЙ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ ИНСТИТУТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА РУДН НА НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НА МОМЕНТ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ	3
5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ.....	5
6. О СТРУКТУРЕ (ЭЛЕМЕНТАХ) ПОРТФОЛИО, БАЛЛАХ ЗА КАЖДЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПОРТФОЛИО И КРИТЕРИЯХ ОЦЕНКИ КАЖДОГО ЭЛЕМЕНТА ПОРТФОЛИО	5
7. ИТОГОВЫЕ УСЛОВИЯ ЗАЧИСЛЕНИЯ	

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая программа сформирована на основе Образовательного стандарта высшего образования РУДН по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация «Бакалавр» и определяет общее содержание вступительного испытания при приеме на обучение в магистратуру Института мировой экономики и бизнеса Российского университета дружбы народов.

2. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И СФЕРА ДЕЙСТВИЯ ПРОГРАММЫ

Целью вступительного испытания в магистратуру является оценка мотивации поступающего в магистратуру, его предшествующего опыта в образовательной и профессиональной сфере, результатов обучения и научной деятельности и навыков их применения, оценка степени профессионально ориентированной иноязычной компетенции по иностранному языку, с учетом программных критериев.

В программе отражается форма вступительного испытания и критерии его оценки.

Результаты вступительного испытания оцениваются государственной экзаменационной комиссией согласно утвержденной программы, содержание которой направлено на установление соответствия уровня и качества подготовки поступающего в магистратуру требованиям образовательного стандарта, а также определение качества образования, полученного претендентом на предыдущей ступени образования и направленного на достижение задач образовательной программы соответствующего направления подготовки.

Составляющие вступительного испытания обеспечивают возможность объективной оценки мотивации, знаний и профессиональной подготовки будущих магистров.

3. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";
- Федеральный закон от 22.08.1996 № 125-ФЗ "О высшем и послевузовском профессиональном образовании";
- Образовательный стандарт высшего образования РУДН по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, квалификация «Бакалавр».

4. РЕКОМЕНДАЦИИ К УРОВНЮ ЗНАНИЙ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ ИНСТИТУТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА РУДН ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НА МОМЕНТ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Программа предполагает, что лицо, поступающее в магистратуру Института мировой экономики и бизнеса Российского университета дружбы народов, на момент вступительного испытания должно владеть на основе базового высшего образования системой специальных знаний в сфере рекламы и связей с общественностью и методологией управленческой деятельности, а именно:

знать:

- теорию и практику менеджмента и маркетинга;
- организацию коммуникационной индустрии, средства, носители и технологии производства в сфере рекламы и связей с общественностью, формы и методы разработки и ведения коммуникационных кампаний, правовые нормы коммуникационной деятельности, формы и методы работы с персоналом и клиентами, передовой российский и зарубежный опыт маркетинговых коммуникаций;

- основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса, основы делового администрирования;
- законодательные и нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую, коммуникационную и рекламную деятельность;
- основы социологии, психологии, этики делового общения.

уметь:

- грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языках;
- применять в коммуникационной деятельности совокупность экономических, политических, социальных факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов;
- осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии коммуникационными задачами;
- осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными целями;
- участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов, мероприятий;
- осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа в том числе в цифровой среде;
- применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации стратегии и тактики воздействия с учетом специфики медианосителя и формата коммуникационного продукта;
- строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

4

владеть:

- способами формирования коммуникационных стратегий с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития компании;
- методами маркетинговых исследований и навыками интерпретации их результатов для планирования компании в сфере рекламы или связей с общественностью при создании и размещении коммуникационного продукта;
- технологиями осуществления мониторинга и обратной связи с разными целевыми группами;
- современными технологиями применения цифровых устройств, платформ и профессионального программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (-ых) языках;
- навыками создания текста и визуального оформления коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации в том числе в цифровой среде;
- навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, творческого решения коммуникационной задачи.

В области иностранного языка:

- активно владеть иностранным языком (одним или более) и использовать его в своей профессиональной деятельности;
- владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-

профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения

Содержание вступительного испытания предполагает, что абитуриенты, владеющие иностранным языком, могут получить дополнительные баллы. Это преимущество может получить абитуриент, подтвердивший уровень своих знаний документально в соответствии с требованиями настоящей Программы.

5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Для прохождения конкурсного отбора абитуриенты представляют два пакета документов: первый пакет формирует личное дело абитуриента и содержит документы, указанные в Правилах приёма в ФГАОУ ВО «РУДН» для поступающих на обучение по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры (далее – Правила). Вторым пакетом представляет собой собственно портфолио.

Вступительное испытание в магистратуру Института мировой экономики и бизнеса РУДН проводится в форме рассмотрения и оценивания портфолио (конкурса документов) абитуриентов в соответствии с расписанием, утвержденным приказом ректора РУДН.

Для проведения вступительного испытания приказом по университету организуется экзаменационная комиссия.

Для оценки знаний, опыта и мотивации поступающего используется структура вступительного испытания, указанная в настоящей программе.

Все элементы вступительного испытания, полностью или частично представленные поступающим в виде соответствующих документов, в совокупности образуют его портфолио.

Каждое портфолио проверяется не менее чем двумя членами экзаменационной комиссии. При проверке портфолио экзаменаторы делают пометки, отражающие оценку элементов портфолио в соответствии с установленными настоящей программой критериями, и выставляют соответствующие баллы за каждый элемент портфолио. Суммарный балл за все портфолио заверяется подписью не менее чем двух членов экзаменационной комиссии с расшифровкой.

Все решения экзаменационной комиссии по результатам вступительного экзамена принимаются простым большинством голосов членов комиссии. В случае равенства голосов «за» и «против» председателю экзаменационной комиссии предоставляется право окончательного решения.

Объявление итогов вступительного испытания происходит с соответствии с графиком оглашения результатов вступительных испытаний в магистратуру.

Обеспечение процесса оценки вступительного испытания необходимыми ресурсами осуществляется согласно Уставу РУДН.

6. О СТРУКТУРЕ (ЭЛЕМЕНТАХ) ПОРТФОЛИО, БАЛЛАХ ЗА КАЖДЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПОРТФОЛИО И КРИТЕРИЯХ ОЦЕНКИ КАЖДОГО ЭЛЕМЕНТА ПОРТФОЛИО

6.1 СТРУКТУРА ПОРТФОЛИО

Конкурс портфолио проводится экзаменационной комиссией на основании следующих позиций, подтвержденных представленными абитуриентом документами:

1) Образование

Документы о базовом образовании

Должны быть представлены: диплом о высшем образовании (бакалавриат, специалитет или магистратура) и соответствующее приложение к нему.

2) Проектно-практическая деятельность

Документы, подтверждающие опыт работы в сфере рекламы или связей с общественностью. Сопроводительное письмо, заверенное в рекламном или PR-агентстве или

рекламном или PR-отделе компании, описывающее характер, срок, вид работы, выполнявшейся/выполняемой кандидатом.

Заверенную надлежащим образом копию трудовой книжки, трудового договора или гражданско-правового договора, подтверждающую стаж работы в сфере рекламы и связей с общественностью (при наличии).

3) Научная деятельность

Документы, подтверждающие научную работу абитуриента:

Опубликованные или принятые к публикации научные работы (статьи, тезисы докладов) подтверждаются предоставлением подлинников, или ссылкой на открытый источник, или справкой из редакции о принятии к публикации.

Доклады на международных и российских конференциях, научных семинарах, научных школах и т.д. подтверждаются предоставлением программы конференции или ссылкой на программу конференции в интернете. Свидетельства об участии в научных мероприятиях (конференциях и т.д.)

Участие в научно-исследовательских проектах, академических грантах подтверждается данными проекта (название, номер гранта, фонд) и контактными данными руководителя проекта.

4) Личные достижения

Документы, подтверждающие участие в профильных конкурсах или олимпиадах (реклама, связи с общественностью, журналистика, менеджмент, массовые коммуникации)

Дипломы и сертификаты победителей и лауреатов олимпиад и конкурсов научных работ подтверждаются предоставлением подлинников дипломов (сертификатов) для заверения копии сотрудниками Приемной комиссии. Указывается основной диплом (сертификат), который оценивается комиссией.

Зарубежные стажировки подтверждаются справкой или электронным письмом из учебного заведения, в котором проходила стажировка и дополняются списком прослушанных курсов.

Именные стипендии подтверждается справкой из деканата или справкой из фонда, или списком победителей стипендиального конкурса из открытого источника.

Документы, подтверждающие участие в профильной зимней или летней школе (реклама, связи с общественностью).

5) Уровень языковой подготовки

Подтверждается международным сертификатом (IELTS, CAE, BEC), удостоверением о повышении квалификации по иностранному языку, дипломом переводчика в сфере профессиональной коммуникации.

6) Мотивационное письмо

Мотивационное письмо должно строиться по следующему шаблону и содержать следующий набор элементов:

Причины, побуждающие кандидата продолжать обучение в магистратуре;

Причины, побуждающие кандидата подавать документы на профиль «Рекламный менеджмент» или «Управление связями с общественностью»;

Причины выбора той или иной магистерской программы;

Общая оценка кандидатом собственного профессионального развития и образовательной траектории;

Каким образом кандидат видит свою профессиональную деятельность после окончания магистратуры.

Также принимаются к рассмотрению рекомендации от представителей медиаотрасли, ученых, преподавателей вузов и т.д., заверенные подписью и печатью.

6.2. СИСТЕМА ОЦЕНКИ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА

По каждой из позиций портфолио абитуриент может получить от 0 до максимально возможных баллов, указанных в таблице, (даже в случае набора большего количества баллов по

совокупности критериев), что в сумме для портфолио при максимальной оценке может составить 100 баллов.

Критерии оценки каждого раздела портфолио представлены в таблице:

1. Образование от 0 до 20 баллов	
Категория вуза (вуз находится в одной группе с РУДН или выше РУДН в рейтинге «QS – World University Rankings» текущего года)	5
Диплом бакалавра, специалиста или магистра по любому направлению, кроме профильных с отличием	5
Диплом бакалавра, специалиста или магистра по профильному направлению	10
Диплом бакалавра, специалиста или магистра по профильному направлению с отличием	15
2. Проектно-практическая деятельность от 0 до 15 баллов	
Опыт профессионально-практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, подтвержденный копией трудового договора, копией трудовой книжки или заверенного сопроводительного письма от работодателя	10
Участие в волонтерском движении	5
3. Научная деятельность от 0 до 15 баллов	
Выступление на всероссийских и/или международных конференциях (без публикации) (подтверждением служит сертификат участника)	5
Представлена одна публикация как в российских, так и в зарубежных научных журналах в профессиональной области (подтверждением служит электронная ссылка на соответствующую базу данных, по которой возможно оценить принадлежность соискателя к авторству данной публикации или ксерокопии статьи с возможностью идентифицировать факт, характер, год публикации)	5
Публикация (статья) в Scopus, WoS, ВАК (подтверждением служит электронная ссылка на соответствующую базу данных, по которой возможно оценить принадлежность соискателя к авторству данной публикации)	10
4. Личные достижения абитуриента от 0 до 15 баллов	
Дипломы победителей в олимпиадах и конкурсах по рекламе, связям с общественностью	5
Документы о получении именной стипендии	5
Рекомендации от представителей медиаотрасли, ученых, преподавателей вузов и т.д. (оценивается значимость рекомендующей инстанции)	5
Прохождение курсов повышения профессиональной квалификации по рекламе, связям с общественностью и в смежных областях, подтвержденное сертификатами	5
5. Уровень языковой подготовки от 0 до 15 баллов	
Удостоверение о повышении квалификации по иностранным языкам	5
Уровень знания английского языка, подтвержденный сертификатом IELTS (с оценкой ниже 6.0), CAE (Certificate in Advanced English) (Level B2 с оценкой от 160 до 179), BEC Higher (Business English Certificate) (Level B2 с оценкой от 160 до 179)	5
Уровень знания английского языка, подтвержденный сертификатом IELTS (с оценкой не ниже 6.0, но ниже 7.0), CAE (Certificate in Advanced English) (Grade C с оценкой от 180 до 192), BEC Vantage	7

(Business English Certificate) (Grade A с оценкой от 180 до 190), BEC Higher (Business English Certificate) (Grade C с оценкой от 180 до 192)	
Уровень знания английского языка, подтвержденный сертификатом IELTS (с оценкой не ниже 7.0, но ниже 8.0), CAE (Certificate in Advanced English) (Grade B с оценкой от 193 до 199), Higher (Business English Certificate) (Grade B с оценкой от 193 до 199)	10
Уровень знания английского языка, подтвержденный сертификатом IELTS (с оценкой не ниже 8.0), CAE (Certificate in Advanced English) (Grade A с оценкой от 200 до 210), BEC Higher (Business English Certificate) (Grade A с оценкой от 200 до 210)	15
Диплом переводчика в сфере профессиональных коммуникаций	15
6. Мотивационное письмо от 0 до 20 баллов	
Представленная абитуриентом аргументация формальна, неубедительна, недостаточно развернута и малосодержательна	5
Представленная аргументация достаточно оригинальная, творческая, но недостаточно убедительно свидетельствует о желании абитуриента осваивать именно данную Программу	10
Представлена развернутая, убедительная и содержательная аргументация в пользу обучения на Программе, но доводы, приводимые абитуриентом в свою поддержку, не полностью обоснованы	15
Представлена развернутая, убедительная и содержательная аргументация абитуриента в пользу обучения на Программе	20

7. ИТОГОВЫЕ УСЛОВИЯ ЗАЧИСЛЕНИЯ

Нижней границей оценки портфолио на основе представленных документов является 30 баллов. Поступающие, получившие более низкую оценку к конкурсному отбору не допускаются.

Набравшие наибольшее количество баллов могут претендовать на поступление на места с бюджетным финансированием (там, где они имеются) в соответствии с их количеством и собственным местом в рейтинге по итогам конкурса.