

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института образования
и общественных наук
С.К.Лямин
«25» ноября 2024 г.



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ДЛЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ
НА БАЗЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«ПЕЧАТНЫЕ И ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА
ИНФОРМАЦИИ»**

**для приема на обучение по программам высшего образования –
программам бакалавриата:**

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

42.03.02 – Журналистика

Тамбов

2024

Содержание программы

ТЕМА 1. Понятия «информация» и «коммуникация».

Определение информации, ее основные функции.

Понятие информации. Социальная информация. Коммуникация. Массовая коммуникация. Рекламная коммуникация. Средства коммуникации.

История возникновения и развития способов социальной коммуникации. Информационное пространство. Информационное пространство «Интернет».

Виды информации: текстовая, изобразительная, аудио-видео информация. Печатные средства информации. Электронные средства информации. Их взаимосвязь и взаимодействие. Перспективы развития электронных средств информации.

Особый тип и характер информации, транслируемой СМИ: производство «на поток», одноразовость, невозпроизводимость, коллективное производство медипродукта, опосредованность общения и особый характер обратной связи.

Примерные вопросы:

1. Определение информации, ее основные функции.
2. Массовая коммуникация, основные сферы.
3. Средства коммуникации.
4. Печатные и электронные средства информации.

ТЕМА 2. Основные этапы развития печатных и электронных изданий.

Основные этапы развития печатных и электронных видов изданий. Эволюция печатных и электронных средств информации: рукописный, печатный электронный этап развития.

Становление современных видов печатных и электронных изданий. Место печатных и электронных видов изданий в современном информационном пространстве, перспективы их развития. Становление современных видов электронных изданий.

Примерные вопросы:

1. Основные этапы развития печатных средств информации.
2. Основные этапы развития электронных средств информации.
3. Научно-технический прогресс и его влияние на развитие сферы массовых коммуникаций.

ТЕМА 3. Печатные средства информации: характеристики, типы, функции. Место печатной прессы в системе массовых коммуникаций.

Определение печатного средства информации, его характеристики. Периодические и непериодические печатные издания. Периодические печатные издания: типология. Виды печатной прессы – газеты, журналы, альманахи, еженедельники. Характеристики: медийность, массовость (как в сфере создания, так и в сфере потребления), интегративность или поликодовость, открытость информации.

Печатные средства информации в эпоху цифровых технологий. Типология прессы. Рекламная, развлекательная, деловая, научно-популярная, общественно-политическая российская пресса: современное состояние. Основные проблемы газетной отрасли (падение тиражей, потеря интереса молодого поколения читателей, переход в цифровой формат).

Примерные вопросы:

1. Печатные средства массовой информации.
2. Характеристики периодических печатных средств информации.
3. Типология печатной прессы. Рекламные, общественно-политические, гляцевые, развлекательные, научно-популярные издания.
4. Аудитория печатных средств массовой информации.

ТЕМА 4. Электронные средства информации: понятие, виды, типы.

Современная система видов электронных изданий. Современное состояние отрасли электронных изданий в России. Электронный аналог печатного издания, самостоятельное электронное издание. Локальное и сетевое электронное издание. Издание в сети интернет, сайты, электронные библиотеки.

Определение электронного средства информации. Телевидение, радио, сетевое издание как типы электронных средств массовой информации.

Характеристики электронной коммуникации. Примерные вопросы:

1. Электронные средства информации.
2. Типы электронных средств информации.
3. Локальное и сетевое электронное издание.

ТЕМА 5. Телевидение и радиовещание как электронные средства информации.

Функции современного телевидения. Роль и функции радиовещания как средства информации.

Современное состояние отечественного радиовещания. Подкастинг. Особые условия радиокommunikации: дистантность, опосредованность, отсутствие визуализации, массовость слушательской аудитории, всеохватность, скорость передачи информации, связь со временем. Тенденции развития современного радио и телевидения.

Примерные вопросы:

1. Функции телевидения и радиовещания как средства информации.
2. Характеристики радиокommunikации
3. Современное состояние российского радиовещания. Подкастинг.

ТЕМА 6. Интернет и массовая информация. Новые медиа, их место в современной системе СМИ.

История возникновения глобальной сети Интернет.

Характеристики информации в Интернете: интерактивность, нелинейность и использование новых нарративных стратегий, дигитальность

или применение цифровых форматов, модульность, ускорение времени и сжатие пространства, конвергентность.

Взаимодействие сетевых средств информации и традиционных. Влияние интернета на изменения в традиционной системе СМИ и в рекламной отрасли. Перспективы развития новых электронных средств информации. Традиционные СМИ на новых сетевых площадках. Роль социальных сетей в современной системе СМИ.

Примерные вопросы:

1. Характеристики информации в Интернете.
2. Характеристики новых медиа.
3. Отличие новых медиа от традиционных как канала информации.

ТЕМА 7. «Книга» и «электронная книга» как средства информации.

Развитие издательского дела в эпоху Интернета. Возникновение сетевых технологий. Интерактивность и персонализация как современные тренды. Сетевая публицистика. Состояние рынка электронных изданий в России. Каналы продвижения продукции, Соблюдение закона об авторском праве, перспективы развития электронного книгоиздания.

Примерные вопросы:

1. «Книга» и «электронная книга» как средства информации.
2. Интерактивность и персонализация как современные тренды в книгоиздании.
3. Перспективы развития электронного книгоиздания.

Рекомендуемая литература:

Печатные издания

1. Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И.

Григорьева, И. М. Ситдииков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1.

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7.

3. Мисонжников, Б. Я. Введение в профессию: журналистика : учебное пособие для среднего профессионального образования / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 190 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10721-0.

4. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9.

5. Чефранов, С. Д. Технология производства печатных и электронных средств информации. Теоретические основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. Д. Чефранов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14139-9.

Электронные издания

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530544> (дата обращения: 11.01.2024).
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 11.01.2024).
3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518451> (дата обращения: 11.01.2024).
4. Тулупов, В. В. Уроки журналистики : учебное пособие для среднего

профессионального образования / В. В. Тулупов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 95 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14846-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520353> (дата обращения: 11.01.2024).

Критерии оценивания вступительного испытания

Вступительное испытание на базе профессионального образования проводится в форме тестирования (компьютерного). Вступительное испытание оценивается по 100-балльной шкале.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут.

Вступительное испытание содержит 40 вопросов:

– 30 вопросов с одним правильным ответом. Правильный ответ – 2 балла

– 10 вопросов с двумя правильными ответами. Правильный ответ – 4 балла.

Интервал успешности: 40-100 баллов.