

ПОЛОЖЕНИЕ
о профессиональном вступительном устном экзамене
творческой направленности
департамента «Факультет журналистики»
Уральского гуманитарного института
Уральского федерального университета
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.
Направление 42.03.05 «Медиакоммуникации» бакалавриат

1. Общие положения

1.1. Устный экзамен является обязательным вступительным испытанием для абитуриентов бакалавриата направления «Медиакоммуникации» департамента «Факультет журналистики» УрФУ. Основной целью экзамена является выявление мотивации абитуриентов к обучению на выбранном направлении, их предшествующего опыта в медиа.

1.2. Устный экзамен проходит в сроки, определённые приёмной комиссией Уральского федерального университета – они обозначены на официальном сайте urfu.ru в разделе «Абитуриенту».

1.3. Устный экзамен проводится как в очном, так и в дистанционном формате с использованием установленных для него регламентами и правилами университета технических средств проведения видеоконференций.

1.4. Оценка за устный экзамен состоит из двух частей: оценки творческого портфолио и оценки за устный ответ абитуриента.

1.5. Максимальная оценка за устный экзамен составляет 100 баллов: до 50 за творческое портфолио и до 50 — за устные ответы на вопросы.

Пример: если абитуриент получил 37 баллов за портфолио и 45 за ответ, итоговая оценка за устный экзамен составит 82 балла.

1.6. Устная часть является обязательным этапом экзамена, творческое портфолио – необязательным, но при его отсутствии абитуриент получает за эту составляющую 0 баллов. Общая минимальная положительная оценка за устный экзамен составляет 40 баллов.

2. Творческое портфолио

2.1. Творческое портфолио – совокупность документов и материалов, которые абитуриент предоставляет на оценку не позже чем за 24 часа до времени назначенного ему устного экзамена.

2.2. Цель предоставления творческого портфолио — продемонстрировать соответствующий выбранной образовательной программе опыт абитуриента.

2.3. Состав творческого портфолио:

2.3.1. В творческое портфолио могут войти авторские работы абитуриента, опубликованные, либо принятые к публикации в СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение, сетевые издания). Также комиссия принимает к рассмотрению текстовые, аудиовизуальные, дизайнерские и полиграфические материалы из школьных или иных незарегистрированных медиа, личных или коллективных блогов, страниц социальных сетей и с других публичных медиаресурсов, материалы рекламного и PR-характера; подтверждённый опыт участия в организации и проведении мероприятий просветительского и культурно-массового характера (семинары, конференции, концерты, мастер-классы, открытые творческие встречи и т. д.); подтверждённый опыт сбора и обработки аудиовизуального контента: запись и обработка, монтаж аудио- и видеоматериалов; фотографии авторства абитуриента, сделанные на профессиональном оборудовании и имеющие информационную или художественную ценность; информационные продукты в формате компьютерной графики; работы кинематографического характера, где абитуриент может выступать в роли сценариста, режиссера, видеооператора, оператора монтажа.

Литературное и театральное творчество не рассматривается.

Если в составе творческого портфолио предоставляются радио- или телевизионные сюжеты, аудио- или видеоматериалы, необходимо приложить их текстовую расшифровку.

В случае, если абитуриент практиковался в event-индустрии, участие в организации мероприятий необходимо подтвердить характеристикой или сертификатом с подписью руководителя проекта.

2.3.2. В творческое портфолио могут быть включены все документальные свидетельства, подтверждающие опыт работы абитуриента в медиа разной направленности и его успехи в данной сфере: рекомендации от редакций медиа, подготовительных курсов департамента «Факультет журналистики» УрФУ, школьного медиацентра УрФУ, дипломы (грамоты) за победы или призовые места в областных, городских, районных, иных медийных конкурсах, турнирах; пресс-карты (журналистские удостоверения), сертификаты о прохождении курсов по разным направлениям медиа и т. д. Такие документы должны быть подписаны руководителем и заверены печатью выдавшей их организации. За наличие подобных достижений абитуриент может получить до 10 баллов — в пределах максимального количества баллов за творческое портфолио.

2.4. Все упомянутые материалы и документы предоставляются в отборочную комиссию департамента в электронном виде через облачные интернет-сервисы и сайт exam3.urfu.ru.

Вне зависимости от формата представленных абитуриентом в составе творческого портфолио материалов они должны сопровождаться отдельным текстовым файлом-перечнем со списком предоставляемых материалов с их выходными данными по следующему образцу:

- для печатных СМИ: Автор. Название публикации // Название журнала или газеты. Номер выпуска. Страница. Ссылка для скачивания / просмотра файла.
- для эфирных СМИ (ТВ и РВ), аудиовизуальных материалов: Название сюжета. Название канала. Дата выхода в эфир. Ссылка для скачивания / просмотра файла.
- для сетевых материалов: Автор. Название публикации. URL
- для визуальных материалов (макеты, баннеры и пр.) и документов: Название документа. Ссылка для скачивания / просмотра файла.
- для электронных копий документов: Название документа. Ссылка для скачивания / просмотра файла.

Файл-перечень загружается абитуриентом на сайт exam3.urfu.ru, перечисленные в нем материалы, включая электронные версии грамот, дипломов, сертификатов указываются в нём в виде прямых ссылок на скачивание с облачных интернет-сервисов (например, Яндекс.Диск и т.д.):

- текстовые материалы из печатных изданий и документы: в отсканированном варианте газетных / журнальных полос – в виде файлов популярных, неспецифических для тех или иных приложений, графических форматов (jpg, png) с разрешением, достаточным для чтения текста отсканированного документа;
- аудиовизуальные материалы — в виде файлов популярных, неспецифических для тех или иных приложений форматов. Размеры одного файла не должны превышать 200 мегабайт для видео, и 50 мегабайт — для аудио.

В случае невозможности открыть представленные материалы по техническим причинам (поврежденные файлы, неработающие ссылки и т. д.) приемная комиссия не рассматривает портфолио абитуриента.

2.5. Приёмная комиссия рассматривает только материалы портфолио, авторство которых абитуриент может подтвердить. Подтверждением могут являться:

- подпись с именем и фамилией абитуриента под опубликованным в периодическом печатном, онлайн-издании, публице социальной сети материалом (предпочтительный вариант);
- справка руководителя медиа с печатью о факте публикации материалов абитуриента, если они выходили под псевдонимом или без подписи;
- имя и фамилия абитуриента как автора в титрах или закадровой начитке видеоматериалов, авторских подкастов;
- наличие контактных данных абитуриента в соответствующих разделах блогов, страниц социальных сетей, видеоблогов, подкастов;
- присутствие абитуриента в качестве ведущего видео- и аудиопрограмм;
- дипломы, грамоты, сертификаты, свидетельства, доказывающие участие абитуриента в организации и проведении мероприятий;
- исходники представленных графических работ в форматах приложений, в которых осуществлялась их подготовка;
- исходники в формате RAW или EXIF-файлов для представляемых фотографий.
- характеристики от медиаорганизаций, с редакциями которых сотрудничал абитуриент.

Комиссия по творческому конкурсу оставляет за собой право отклонить материалы творческого портфолио при наличии сомнений в их авторстве.

Если работа еще не опубликована в СМИ, но принята к публикации, абитуриент должен заверить материал в редакции, предоставить отсканированный текст своего материала с визой «Принято к публикации, будет опубликовано ___дата___ в ___название медиа___...», с подписью редактора (руководителя) и с печатью редакции (или организации, которой принадлежит данный информационный ресурс) — при наличии таковой.

2.6. Критерии оценки материалов творческого портфолио:

- масштаб творческого опыта: количество представленных материалов (**до 10 баллов**);
- разнообразие представленного творческого форматов, жанров, способов творческой самопрезентации (**до 10 баллов**);
- уровень демонстрации (публикации) творческого опыта. Пример: личная страница в социальной сети или медиа со значительной аудиторией (**до 10 баллов**);

- профессиональный уровень – содержательный и технологический – представленных материалов: например, глубина погружения в тематику и стилистика изложения в текстах, качество монтажа в видео- и аудиоматериалах, соответствие творческого опыта выбранному формату (**до 10 баллов**);
- резонанс и популярность представленных материалов у аудитории: подтверждённые данные по статистике просмотров, откликов, комментариев экспертов, числу участников мероприятий и т. д. (**до 10 баллов**).

3. Устный ответ

3.1. Устный ответ является обязательным этапом экзамена. Его целью является выяснение:

- уровня осведомленности абитуриента о содержании деятельности компаний медиасферы: СМИ, кино- и телепродюсерских компаний, продакшен-студий, event-, рекламных и PR-агентств и т. д.;
- подготовленности и мотивации к поступлению;
- умения аргументировать свою позицию во время дискуссии, вести диалог.

3.2. Экзамен проводится в очном и дистанционном форматах.

3.3. Максимальная оценка за устный ответ составляет **50 баллов**.

3.4. Порядок организации устного ответа абитуриента

3.4.1. Устный ответ оценивают члены предметной комиссии департамента по направлению 42.03.05 «Медиакоммуникации» в составе, утвержденном приказом ректора, в количестве не менее двух человек на каждую группу поступающих.

3.4.2. Общая продолжительность устного ответа одного абитуриента — 10 минут.

3.4.3. Перед началом экзамена члены предметной комиссии проверяют паспорт абитуриента документы. В случае, если экзамен проходит в онлайн-формате, просят абитуриента показать место, откуда он подключается, для того, чтобы убедиться в отсутствии посторонних лиц.

3.4.4. После проверки абитуриент получает последовательно 5 вопросов на усмотрение членов комиссии из списка, приведенного в Приложении 1. Время на подготовку устного ответа не предусматривается.

3.4.5. Устный ответ абитуриента должен быть лаконичным и содержательным, соответствующим поставленным вопросам. Длительность ответов на вопросы — до 8 минут.

3.4.6. После ответов на вопросы абитуриент получает от членов комиссии краткую характеристику творческого портфолио с оценкой. Время для обсуждения портфолио — до 2 минут.

3.4.7. В завершение устного ответа после обсуждения членами приёмной комиссии абитуриенту озвучивается общая оценка за экзамен.

3.5. Критерии оценки устного ответа

от 0 до 15 баллов выставляется, если абитуриент:

- обладает низким уровнем мотивации к учебе и последующей работе в сфере медиа;
- не разбирается в медийных платформах, форматах и жанрах;
- не имеет личного опыта подготовки материалов и сотрудничества с медиа;
- мало знает об истории развития и современных проблемах отечественных и мировых медиа, либо не знает вовсе;
- не знаком с деятельностью известных представителей медиа-индустрии.

от 15 до 30 баллов выставляется, если абитуриент:

- способен дать краткую обоснованную характеристику деятельности нескольких российских медиа, нескольких российских или зарубежных представителей медиа-индустрии: журналистов, телеведущих, блогеров, пиарщиков и т. д.;
- может назвать не менее трех журналистских жанров и объяснить их особенности;
- имеет представление об истории развития и современных проблемах российской медиа-отрасли;
- имеет опыт подготовки медийных материалов и / или опыт сотрудничества с редакциями медиа.

от 30 до 50 баллов выставляется, если абитуриент:

- демонстрирует высокий уровень мотивации к учебе и последующей работе в сфере медиа;
- имеет опыт сотрудничества с редакциями медиа, подготовки материалов в определенных форматах и жанрах, может рассказать об их жанрообразующих признаках;
- имеет представление об основных исторических вехах и современных проблемах российской медиа-отрасли;

- ориентируется в многообразии российских медиа;
- может дать развернутую характеристику деятельности некоторых медиаресурсов;
- знаком с деятельностью российских или зарубежных представителей медиа-отрасли, способен её охарактеризовать;
- умеет анализировать, рассуждать, аргументировать, вести диалог, отстаивать точку зрения.

3.4. Общая оценка за устный экзамен озвучивается абитуриенту членами экзаменационной комиссии департамента после его ответов на вопросы устной части.

4. Льготы, предоставляемые победителям конкурсов, проводимых департаментом «Факультет журналистики» совместно с партнерами:

4.1. Обладатели гран-при конкурсов «Автограф-2022», «ПрессКОД-2022», «TimeCode», «Папарацци» получают 50 баллов в качестве оценки за творческое портфолио.

Приложение 1. Список вопросов для устного ответа

1. Почему поступаете на «Медиакоммуникации»? Кем конкретно хотите стать в медиасфере и почему?
2. В чем суть профессии медийщика?
3. Что такое медиакоммуникации? Какие сегменты (отрасли) входят в медиаиндустрию?
4. Как медиакоммуникации влияют на общество?
5. Чем определяется цена медиапродукта?
6. В чем интернет-медиа выигрывают перед традиционными СМИ, а в чем проигрывают?
7. По каким критериям отбираются сообщения в информационные ленты и выпуски новостей? Какие новостные сообщения становятся топовыми для аудитории и почему?
8. Телевидение сегодня лидирует среди источников получения информации для потребителя. В то же время многие отказываются от наличия телевизора дома. Как вы можете объяснить этот феномен?
9. Чем отличается радиопередача от подкаста?
10. Журналист и блогер: что между ними общего и что разное?
11. Чем отличается PR-деятельность от журналистики. Откуда начинается история «связей с общественностью»?
12. Каковы основные методы работы PR-специалиста?
13. Как создать вирусную рекламу?
14. Как определить эффективность PR-кампании?
15. В чем отличие PR от рекламы по целям, задачам, приемам деятельности?
16. Какие, на ваш взгляд, сегодня существуют технологические вызовы классическим формам, методам и видам занятости в сфере журналистики, рекламы и PR?
17. Редактор – «содержание», маркетолог – «продажи», продюсер – ... (продолжите). Когда возникает необходимость в продюсировании медиапроекта?
18. Назовите и охарактеризуйте наиболее актуальные технологии доставки / распространения информации.
19. Можно ли социальные сети отнести к масс-медиа? Перечислите ключевые особенности одной из социальных сетей (на выбор).
20. Чем отличается подача материала в СМИ и соцсетях?
21. Назовите 4-5 наиболее крупных регулярных мероприятий, проходящих в Уральском (любом другом – на выбор) регионе. Коротко опишите их формат, технологию подготовки и реализации.
22. Назовите 4-5 известных блогеров. Чем они интересны аудитории? Опишите критерии популярности современного блогера.
23. Чем Вы можете объяснить бум популярности фото- и видеоконтента сегодня?

24. Перечислите и охарактеризуйте крупнейшие сетевые издания. В чем суть их редакционной политики?
25. Игровое и неигровое кино: что между ними общего и в чем различия?
26. Имиджевая и продуктовая реклама: в чем различия?
27. Назовите 3 наиболее успешные кинопремьеры текущего года, расскажите об их содержании, охарактеризуйте их значимость для киноиндустрии.