


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»
Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ


Директор ГИ
Н.И.Алмазова
«12» авг 2020 г.

ПРОГРАММА

**вступительного испытания для поступающих в магистратуру
по направлению подготовки/ образовательной программе
39.04.01 Социология**

Код и наименование направления подготовки / образовательной программы

Санкт-Петербург

2020

АННОТАЦИЯ

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению *39.04.01 Социология*, вошедших в содержание билетов (тестовых заданий) вступительного испытания в магистратуру.

Вступительное испытание, оценивается по стобалльной шкале и состоит из двух блоков:

- междисциплинарного экзамена в объеме требований, предъявляемых государственными образовательными стандартами высшего образования к уровню подготовки бакалавра по направлению, соответствующему направлению магистратуры, проводимого очно в письменной или устной форме и дистанционно (**максимальный балл – 60**);

- портфолио, требования к которому включается в программу вступительного испытания по соответствующей образовательной программе (**максимальный балл – 40**).

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение междисциплинарного экзамена – **30 баллов (50%)**.

Составители:

доцент



М.С. Арканникова

доцент



Ю.О. Обухова

Руководитель ООП



Ю.О.Обухова

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию методическим советом **ГИ** (протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.).

1. ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧЁННЫЕ В ПРОГРАММУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

1.1. Основы социологии

1.2. Реклама и PR

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

2.1. «Основы социологии»

Темы (вопросы)

1. Понятие и виды коммуникации
2. Общество как социальная структура: теории и подходы
3. Системный подход к анализу общественных процессов
4. Социология организаций как раздел социологической теории
5. Социология рекламы как раздел социологической теории
6. Социология управления как раздел социологической теории
7. Социологические теории XX века – структурный функционализм, чикагская школа, франкфуртская школа, теория социального конфликта, феноменология.
8. История социологии в России – этапы развития и имена (М.М. Ковалевский, П.А. Сорокин, Т.И. Заславская, В.А. Ядов).
9. Виды социологических исследований
10. Количественные и качественные методы исследования
11. Роль опросных методов в изучении общественного мнения
12. Потребление как значимый социальный процесс.
13. Исследования потребительского поведения в социологии и маркетинге.
14. Исследование общественного мнения

Литература для подготовки:

Основная литература

1. Тощенко Ж. Т. Социология : Учебник / Ж.Т. Тощенко. 4-е изд. М. : Юнити-Дана, 2018, 607 с.
2. Социология. Методика проведения социологических исследований : учеб. Пособие / И. Е. Тимерманис, Ю.О. Обухова, А.Г. Танова, Н.Н. Кудрина. –М. : Юрайт, 2020. – 116 стр.
3. Латышева В.В. Социология : Учебник для академического бакалавриата / В.В. Латышева, . 2-е изд. М. : Юрайт, 2020.

Дополнительная литература

1. Социология : учебное пособие / И. Б. Захарова, Ю. О. Обухова, Е. Г. Поздеева, А. Г. Танова ; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. - Санкт-Петербург, 2019. Загл. с титул. Экрана Электронная версия печатной публикации Свободный доступ из сети Интернет (чтение, печать) Adobe Acrobat Reader 7.0 <http://elib.spbstu.ru/dl/2/s19-122.pdf>
2. Социологические исследования. Ежемесячный журнал.
3. Социологический журнал. Ежемесячный журнал.

2.2. «Реклама и PR»

Темы (вопросы):

Понятие рекламы и public relations

2. Социальная роль рекламы и ее виды
3. Функции и виды PR-подразделений на предприятии
4. Политическая реклама в современном обществе: формы и задачи
5. Социальная реклама и ее функции
6. Коммерческая реклама и отрасли ее применения
7. Методы pr-продвижения
8. Задачи политического PR
9. Разработка PR-стратегии компании
10. Интеграция PR и рекламных мероприятий в общую маркетинговую стратегию компании

Литература для подготовки:

Основная литература

1. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. — Москва: Юрайт, 2020.
2. Абабкова М.Ю., Леонтьева В.Л. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Поведение потребителей : учеб. пособие СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. — 144 с.
3. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450406> (дата обращения: 02.11.2020).

Дополнительная литература

1. Абабкова М.Ю., Леонтьева В.Л. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Поведение потребителей : учеб. пособие СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. — 144 с.

2. Основы рекламы. Прикладные задачи и методы их решения Учебное пособие / Под ред. Попоковой Е.Г., Фролова Д.П. М.: Изд-во «КноРус», 2016.
3. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/411525> (дата обращения: 02.11.2020).

3. ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

_____ Ю.О. Обухова

____.____.20____

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ

**по направлению подготовки / образовательной программе
39.04.01 «СОЦИОЛОГИЯ»**

«Основы социологии»

1.ОС Большая часть информации нами получается из вербальной коммуникации

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

2.ОС Понятие «общество» можно определить как совокупность индивидов.

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

3.ОС Социология управления изучает в том числе проблему стилей, мотивации и участия в управлении

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

4.ОС Социология рекламы может рассматриваться как подраздел социологии коммуникации и социологии потребления и изучает рекламу как процесс социального взаимодействия.

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

5.ОС Реклама может рассматриваться в качестве социального института. **(1 б.)**

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

6.ОС Одной из ключевых тем в творчестве М.М. Ковалевского была: (2 б.)
Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) Миграция и мобильность
- Б) Разделение общественного труда
- В) Формирование системы права в обществе

7.ОС Кто из перечисленных социологов изучал «взаимодействие структур и социального действия», сделав это основой своей концепции? (2 б.)
Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) И. Гоффман
- Б) Ж. Бодрийяр
- В) Э. Гидденс

8.ОС Каким социологом была разработана концепция функционального анализа? (2 б.)
Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) Р. Мертон
 - Б) М. Вебер
 - В) Э. Дюркгейм
- : (2 б.)

9.ОС Кто из социологов ввел понятие дисфункция? (2 б.)
Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) Т. Парсонс
- Б) П. Сорокин
- В) Р. Мертон

10.ОС Межличностная коммуникация делится на: (2 б.)
Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) вербальную и невербальную;
- Б) двустороннюю и многостороннюю;
- В) все вышеперечисленные виды.

11.ОС С какой наукой соотносится (очень тесно связана) социология управления (одно слово): (3 б.)

12.ОС Как называется совокупность общественных отношений, созданная для решения определенных социальных задач? (3 б.)
Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) Социальная норма
- Б) Социальный институт
- В) Социальная общность

13.ОС Кто из перечисленных социологов занимался в том числе социологией моды: (3 б.)

- А) Т. Адорно
- Б) Г. Зиммель
- В) М. Вебер

14. ОС Перечислите порядок действий (этапы) в организации социологического исследования:

Поставьте в таблице ответов нужные буквы в правильном порядке

(3 б.)

- А. Написание программы исследования
- Б. Исправление/корректировка инструментария
- В. Сбор данных
- Г. Пилотажное исследование
- Д. Составление принципиального (стратегического плана исследования)
- Е. Написание отчета по исследованию
- Ж. Обработка данных
- З. Составление инструментария исследования

15.Р. Допишите термин, которому дано следующее определение: «раздел социологии, изучающий потребительское поведение и феномен потребления как социальное явление» (одно слово)

(3 б.)

Социология _____

«Реклама и PR»

1.Р Политическая реклама похожа на коммерческую тем, что призвана «продать» кандидата аудитории, только валютой выступают не деньги, а голоса избирателей

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

2.Р. Задачи PR заключаются в первую очередь в повышении узнаваемости товара, производимого компанией.

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

3.Р. Пресс-служба организации в качестве основной своей деятельности занимается размещением рекламы в СМИ.

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

4.Р. PR - это разновидность или форма коммуникации.

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

5.Р. Одной из функций рекламы является – информирование о товаре

(1 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) верно;
- Б) неверно.

6.Р. «Напоминающая реклама» - это

(2 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) реклама, которую используют через продолжительное время после проведения рекламной кампании;
- Б) реклама, призванная поддержать известность продукта
- В) реклама, используемая на этапе выхода товара на рынок

7.Р. Реклама, направленная на сферу В2В – это:

(2 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) реклама, направленная на конечного потребителя;
- Б) реклама, направленная на производителей товаров, сферу бизнеса;
- В) все, перечисленное выше.

8.Р. Медiateксты - это PR-тексты:

(2 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) написанные (подготовленные) СМИ;
- Б) распространяемые посредством СМИ;
- В) исходящие по инициативе базисного субъекта PR, подготовленные его сотрудниками и распространяемые исключительно через печатные органы СМИ.

9.Р. Выберите из списка виды PR-текстов:

(2 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) ньюслеттер;
- Б) репортаж;
- В) пресс-релиз;
- Г) путевые заметки;
- Д) факт-лист;
- Е) бэкграундер;
- Ж) приглашение;
- З) хроника.

10.Р. Показатели эффективности PR-кампании:

(2 б.)

Поставьте в таблице ответов нужную букву

- А) сколько было подготовлено информационных материалов, сколько реализовано звонков, в скольких СМИ были размещены статьи и т.д.;
- Б) насколько увеличилась осведомленность аудитории о компании или товаре/услуге; сколько было получено откликов; как изменилось общественное мнение о PR-объекте и т.д.;
- В) все перечисленное.

11.Р. Допишите термин, которому дано следующее определение: «однонаправленная форма неличной коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к товару или услуге» (одно слово)

(3 б.)

12.Р. Допишите термин, которому дано следующее определение: «текст от имени первого лица компании, привязанный к какому-либо событию или теме, как правило, составляется PR-специалистом» (одно слово)

(3 б.)

13.Р. Каким образом сегодня измеряются телевизионные рейтинги?

Поставьте в таблице ответов нужную букву

(3 б.)

- А) с помощью прибора телеметра
- Б) с помощью опросов
- В) посредством заполнения дневников наблюдения

14.Р. В каком углу журнальной обложки следует размещать самые важные, привлекательные, «горячие» темы номера?

Поставьте в таблице ответов нужную букву

(3 б.)

- А) в правом верхнем
- Б) в правом нижнем
- В) в левом верхнем

15.Р. Какой рекламный канал рекламы в настоящее время лидирует по совокупным рекламным бюджетам за год как в России, так и в мире в целом?

Поставьте в таблице ответов нужную букву

(3 б.)

- А. Реклама в прессе
- Б. Реклама на телевидении
- В. Реклама в сети интернет
- Г. Печатная реклама
- Д. Наружная реклама
- Е. Сувенирная реклама
- Ж. Выставки и ярмарки
- З. Direct mail, прямая рассылка

4. ТРЕБОВАНИЯ К ПОРТФОЛИО ПОСТУПАЮЩЕГО

Портфолио предоставляется в полном объеме **не позднее чем за три рабочих дня** до междисциплинарного экзамена.

В портфолио указываются достижения поступающего в научной (научно-исследовательской), инженерно-технической, изобретательской и образовательной областях, в интеллектуальных и (или) творческих конкурсах, общественной и физкультурно-спортивной деятельности, соответствующие образовательной (ым) программе (ам) направления подготовки **39.04.01 «Социология»**.

Документы, подтверждающие достижения поступающего предоставляются в виде электронного образа документа в формате PDF (Portable Document Files). Электронный образ документа должен обеспечивать визуальную идентичность его бумажному оригиналу в масштабе 1:1.

Качество представленных электронных образов документов должно позволить в полном объеме прочитать текст документа. Если бумажный документ состоит из двух или более листов, электронный образ такого бумажного документа формируется в виде одного файла.

Для сканирования документов необходимо использовать режим сканирования с разрешением 300 точек на дюйм. Не допускается представление нечитаемых отсканированных изображений документов, а также изображений, содержащих потери значимых частей документа (текстовые области, подписи, оттиски печатей и т.д.).

Сумма баллов, начисленных поступающему за портфолио, не может быть более 40 баллов.

В случае предоставления недостоверной информации и/или работы, содержащей неправомерные заимствования (плагиат), либо работы, выполненные иным лицом, поступающий несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом в случае установления данных фактов, приемная комиссия вправе выставить поступающему низший балл за портфолио – 0 (ноль) баллов.

Баллы, начисленные за портфолио, включаются в сумму баллов вступительного испытания.

После проведения междисциплинарного экзамена абитуриента информируют о результатах междисциплинарного экзамена и баллах, набранных за портфолио. Итоговая сумма вступительного испытания не может превышать 100 баллов.

В случае несогласия с результатом вступительного испытания абитуриент подает апелляцию на вступительное испытание, в т.ч. на результат междисциплинарного экзамена и/или оценку баллов за портфолио.

Электронные образы документов, подтверждающие достижения поступающего, располагаются в строгом соответствии с порядковым номером данного достижения в таблице.

РЕКОМЕНДАЦИИ:

Требования к портфолио включаются в программу вступительного испытания и публикуются на сайте университета.

Разделы, предложенные ниже, рекомендуют, но не ограничивают руководителей образовательных программ в части определения состава и требований к портфолио. Обязательные пункты портфолио отмечены звездочками (*). Приемная комиссия вправе запросить дополнительные сведения о предлагаемом к включению в портфолио достижении.

Все перечисленные в портфолио достижения должны иметь конкретную формулировку (например, следует указывать не абстрактные понятия в виде участия в конференции, а конкретную конференцию с ее полным названием и ссылкой; то же касается олимпиад и конкурсов).

2.1. Мотивационное письмо

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Мотивационное письмо, включая резюме об учебной, научной, профессиональной деятельности, описывает в т.ч. все предоставленные в качестве портфолио достижения*	Мотивационное письмо (печатный текст, А4, не менее 1000 и не более 3000 символов)	2

Принципы учета

- соответствие требованиям;
- в мотивационном письме поступающий обязан отразить причины выбора университета и образовательной программы, осветить, как выбранная программа повлияет на карьеру и развитие компетенций.

2.2. Публикации

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Статья, индексируемая в международных базах данных Scopus или Web of Science, опубликованная в журнале Q1,Q2	выгрузка из базы данных/скан-копия публикации/справка/активная ссылка	20
2	Статья, индексируемая в международных базах данных Scopus или Web of Science (Article, Review, Book)	выгрузка из базы данных/скан-копия публикации/справка/активная ссылка	10
3	Статья в рецензируемом журнале из списка ВАК, входящем в российскую базу данных РИНЦ	выгрузка из базы данных/скан-копия публикации/справка/активная ссылка	8

4	Материалы конференций (Conference Paper / Proceedings Paper), индексируемые в международных базах данных Scopus или Web of Science	выгрузка из базы данных/скан-копия публикации/справка/активная ссылка	6
---	--	---	----------

Принципы учета

- баллы по каждой публикации следует делить на количество авторов;
- не допускается дублирование участия в конференциях в двух разделах (как выступление и как публикация);
- рекомендуется учитывать опубликованные, а не только проиндексированные статьи на основе справок о публикациях и/или публикации на официальном ресурсе журнала/конференции/издательства;
- не рекомендуется включать в портфолио тезисы из сборников с заочным участие в конференциях, индексируемые в РИНЦ.

2.3. Участие в конференциях

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Очное участие в конференции за пределами Российской Федерации	Скан-копия установленного подтверждающего документа	6
2	Очное участие во всероссийской конференции	Скан-копия установленного подтверждающего документа	4
3	Диплом 1 степени на международной конференции	Скан-копия установленного подтверждающего документа	10

Принципы учета

- Подтверждающим достижение документом является: скан-копия диплома победителя, диплома за I, II, III место, диплома за лучший доклад, диплома без степени, грамоты победителя, диплома лауреата, сертификата победителя;
- Не рекомендуется устанавливать в качестве достижений конференции без статуса, проводимые на базе одного региона или учебного заведения, конференции, которые проводятся первый раз;

2.4. Научные стажировки

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Из средств Международных фондов	Скан-копия письма или приказа	10
2	Из средств Российских фондов	Скан-копия письма или приказа	5

Принципы учета

- Подтверждением прохождения стажировки является один из следующих документов: подтверждающее письмо от принимающей организации или приказ о командировании.
- Подтверждением источника финансирования является один из следующих документов: скриншот страницы с сайта программы в сети интернет, официальное письмо-подтверждение победы в конкурсе на финансирование стажировки, приглашение принимающей стороны или приказ о командировании с указанием источника финансирования.

2.5. Иные достижения в области научной деятельности

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Участие в выполнении исследований по программам и грантам	Скан-копия договора/сертификата победителя/выписки и нормативных документов/активные ссылки	5
2	Реализация проекта по программам «УМНИК», «СТАРТ» и др. Фонда содействия инновациям (руководство)	Скан-копия договора/сертификата победителя/выписки и нормативных документов/активные ссылки	10
3	Работа, отмеченная премией Правительства региона в области науки и инноваций для молодых ученых	Скан-копия договора/сертификата победителя/выписки и нормативных документов/активные ссылки	15
4	Международные стипендии	Скан-копия договора/сертификата победителя/выписки и нормативных документов/активные ссылки	5

Принципы учета

- Уровень конкурса НИР, выставки (международный / всероссийский и т.д.) определяется статусом, указанным в названии мероприятия. В случае отсутствия статуса мероприятия в названии, необходимо представление иных документов, подтверждающих статус мероприятия (скриншот страницы с сайта мероприятия в сети интернет, Положение о проведении мероприятия, приказ о проведении мероприятия).
- Учитываются дипломы за участие в мероприятиях, проводимых только при поддержке Министерств, вузов, РАН, органов власти, госкорпораций, промышленных предприятий.

2.6. Участие в международных, всероссийских, региональных, отраслевых и университетских олимпиадах и конкурсах в 2019/2020 и 2020/2021 учебных годах

№	Наименование достижения наличие статуса победителя или призера (личное или командное первенство)	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Победитель Школы магистров СПбПУ в 2020 или 2021 годах , по направлению подготовки, по которому поступающий участвует в конкурсе*	Скан-копия диплома/наличие в реестре победителей	4
2	Призер регионального или федерального этапа конкурса «Хрустальный апельсин»	Скан-копия диплома/наличие в реестре победителей/выписка из приказа	20
3	Призер федерального этапа конкурсов «ПРОБА-IPRA», «Масс-медиа Перспектива»	Скан-копия диплома/наличие в реестре победителей/выписка из приказа	20
4	Участник регионального или федерального этапа конкурса «Хрустальный апельсин»	Скан-копия диплома участника	10
5	Участник федерального этапа конкурса «ПРОБА-IPRA»	Скан-копия диплома участника	10
6	Участник федерального этапа конкурса «Масс-медиа Перспектива»	Скан-копия диплома участника	10

Принципы учета

- в случае командного первенства в дипломе должны быть перечислены все участники команды.

2.7. Участие в конкурсных мероприятиях АНО «Россия - страна возможностей» в 2019/2020 и 2020/2021 учебных годах

№	Наименование достижения наличие статуса победителя или призера (личное или командное первенство)	Подтверждающий документ	Кол-во баллов призер / победитель
1	Всероссийский конкурс молодежных авторских проектов «Моя страна- моя Россия»	диплом	6 / 8
2	Союз «Молодые профессионалы» WorldSkills Russia	диплом	6 / 8

3	Всероссийский игровой проект-конкурс «Топ БЛОГ»	диплом	6 / 8
4	Всероссийский Конкурс «Лидеры России»/«Лидеры России. Политика»	диплом	6 / 8
5	Всероссийская олимпиада для студентов «Я – профессионал»/ Всероссийский конкурс «Доброволец России»/Чемпионат профмастерства «Абилимпикс»/ Конкурс лучших проектов в области социального предпринимательства «Лучший социальный проект года»	диплом	1 / 3

Принципы учета

- в случае командного первенства в дипломе должны быть перечислены все участники команды

2.11. Иные достижения в образовательной деятельности

№	Наименование достижения	Подтверждающий документ	Кол-во баллов
1	Наличие именного сертификата участника Федерального интернет-экзамена для выпускников бакалавриата (ФИЭБ)	именной сертификат по направлению подготовки, по которому поступающий участвует в конкурсе	2