

**2021 год**  
**Перечень документов, оцениваемых в рамках конкурса портфолио и**  
**представляемых кандидатами для программы «Медиапроизводство и**  
**Медиааналитика»**

**1. Мотивационное письмо кандидата**

Мотивационное письмо (размером не более 3000 знаков) должно строиться по следующему шаблону и содержать следующий набор элементов:

- a. причины, побуждающие кандидата продолжать обучение в магистратуре;
- b. причины, побуждающие кандидата подавать документы на направление подготовки «Медиакоммуникации» и выбора магистерской программы, а также трека («Медиапроизводство» или «Медиааналитика»);
- c. общая оценка кандидатом собственного профессионального развития и образовательной траектории;
- d. опыт работы (или практики) в медиа и связь этого опыта с принятием решения о поступлении в магистратуру;
- e. каким образом кандидат видит свою профессиональную деятельность после окончания магистратуры.

**2. Диплом о высшем образовании (бакалавриат или специалитет) и вкладыш к нему, а также все дипломы о дополнительном образовании. (Предоставляются ксерокопии. Оригинал диплома в портфолио НЕ вкладывается).**

**3.1. В случае выбора трека по медиапроизводству: Документы, подтверждающие опыт работы в сфере медиа или иной творческой индустрий (кино, дизайн, компьютерные игры, реклама, шоу бизнес, программирование, продакшны, агентства по продвижению и т.д.)**

- a. Отчеты о проектах, в которых принимали участие абитуриенты, заверенные руководством компании;
- b. публикации числом не более 3: для печатных изданий -вырезки из изданий с возможностью идентифицировать издание (если материалы подписаны именем кандидата), или заверенные вырезки (если материалы без подписи), для телевидения и радио -заверенные расшифровки (эфирные справки), для онлайн-медиа -распечатки материалов, заверенные в редакции (подписью и печатью);
- c. сопроводительное письмо, описывающее характер, срок, вид работы, выполнявшейся/выполняемой кандидатом (обязательно для должностей, не предусматривающих подготовку публикаций). Иные примеры публикаций, в том числе в социальных сетях, позволяющие идентифицировать авторство абитуриента.

**3.2. В случае выбора трека по медиааналитике: Документы, подтверждающие аналитическую и/или научную работу абитуриента, к которым относятся: (курсовые и ВКР в качестве научных работ не рассматриваются):**

- a. опубликованные статьи, тезисы, доклады конференций (в научных журналах, сборниках конференций и т.д.) -предоставляются ксерокопии с возможностью идентифицировать факт, характер, год публикации;

- b. программы конференций, симпозиумов и т.д. с включенными в них докладами за авторством абитуриента;
- c. свидетельства об участии в научных мероприятиях (конференциях и т.д.);
- d. письма из лабораторий, подтверждающие участие абитуриента в коллективных научных проектах и т.д. с указанием объема, вида, характера проделанной работы, заверенные руководством лабораторий.

4.1. В случае выбора трека по медипроизводству: Заявка на инициативный творческий проект (желательно с использованием нескольких медиаплатформ), содержащая описание творческого проекта (с обязательным привлечением данных из научных и промышленных источников) по следующим параметрам:

(Внимание! В качестве заявки нельзя подавать реализованный проект или проект, который уже находится в разработке какой-либо командой.)

(суммарный объем текста заявки на проект – не более 4 000 знаков с пробелами)

- a. идея, цели и миссия проекта,
- b. краткое описание потенциальной аудитории и ее специфики;
- c. перечень предполагаемых медиаплатформ (с указанием мотивов выбора в связи со спецификой аудитории и целей проекта);
- d. краткое обоснование бюджета проекта (перечень основных затратных позиций) с привлечением данных о ценах из открытых источников, предполагаемые источники финансирования.

Заявка на творческий проект может сопровождаться медиафайлом (в этом случае, текстовая часть заявки не может превышать 1500 знаков):

- слайдов (не более 6 слайдов без учёта заглавного),
- видеоролика - хронометраж не более 4 минут (допустимо размещение на сервисе YouTube),
- аудиоролика в формате короткой радиопрограммы или подкаста - длительностью не более 6 минут),
- онлайн-страницы (формат - landing-page).

4.2. В случае выбора трека по медиааналитике: Заявка на аналитический проект (суммарный объем текста заявки на проект – не более 4 000 знаков с пробелами), содержащая:

- a. идея и цели,
- b. краткое описание предмета и объекта исследования,
- c. описание новизны проекта (с указанием мотивов выбора в связи со спецификой и целей проекта);
- d. основные параметры проекта,
- e. перечисление и краткое обоснование методов осуществления аналитического проекта.

5. Документы, подтверждающие участие в профильных олимпиадах (журналистика, массовые коммуникации, оценивается в зависимости от результата олимпиады!) или непрофильных олимпиадах НИУ ВШЭ.

6. Документы, подтверждающие участие в профильной зимней школе НИУ ВШЭ

7. Рекомендации (не более двух) от представителей медиаотрасли и иных творческих индустрий, ученых, специализирующихся в данной сфере, т.д., заверенные подписью и печатью.

Благодарственные письма, грамоты за активную работу и иные подобные документы к оцениванию не принимаются.

**Критерии оценки портфолио абитуриентов**  
**Сумма 100 баллов**

<b>Критерий</b>	<b>Описание</b>	<b>Количество баллов</b>
<b>Максимальный балл за раздел 1</b>		<b>20</b>
1. Мотивационное письмо	<p>Учитываются полнота письма, целеустремленность кандидата, точное понимание профиля программы, адекватная оценка собственных навыков и компетенций, реалистичность взгляда на избранную профессию и себя в ней). Каждый пункт (а. - е.) требований, перечисленный в перечне в п.1 оценивается в 4 балла.</p> <p>Оценивается также связность изложения. При низком качестве изложения, оценка за мотивационное письмо не может быть выше 10 баллов.</p> <p>Мотивационные письма, превышающие установленный лимит, не рассматриваются. Оценка - 0 баллов.</p>	
<b>Максимальный балл за раздел 2</b>		<b>10</b>
2. Предыдущее образование	Диплом с отличием	10
	Наличие не более 2 оценок “хорошо”, остальные “отлично“	8
	3 и более оценок “хорошо” и при отсутствии оценок “удовлетворительно”	7
	Наличие хотя бы одной оценки “удовлетворительно”	5
	Более двух оценок “удовлетворительно”	3
<b>Максимальный балл за раздел 3</b>		<b>15</b>

3.1. Опыт работы в творческих индустриях, продакшн студиях, агентствах, СМИ и т.д.	Длительность профессионального опыта и значимость для медиаиндустрии медиакомпания или творческой организации	до 5
	Разнообразие форматов и качество представленных материалов, описаний проектов, в которых принимали участие абитуриенты	до 10
3.2. Документы, подтверждающие аналитическую и/или научную работу абитуриента	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Уровень публикаций — журналы, не ниже Q3 Scopus</li> </ul>	до 15
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• журналы, входящие в Q4 Scopus и аналоги</li> </ul>	до 10
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• иные журналы</li> </ul>	до 5
	Активность и вовлеченность в научную деятельность (тип работ, участие в конференциях)	до 10
	Зарубежная конференция	до 15
	Российская конференция (с учетом зарубежных)	до 5
	Длительность профессионального опыта работы аналитиком и значимость для медиаиндустрии аналитической компании	до 15
<b>Максимальный балл за раздел 4</b>		<b>40</b>
4.1. Заявка на инициативный творческий проект (учитывается сочетание оригинальности идеи с адекватным представлением о возможностях её реализации на предполагаемой медиаплатформе)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• идея, цели и миссия проекта</li> </ul>	до 20
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• краткое описание потенциальной аудитории и ее специфики</li> </ul>	до 5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• перечень предполагаемых медиаплатформ (с указанием мотивов выбора в связи со спецификой аудитории и целей проекта)</li> </ul>	до 5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• краткое обоснование бюджета проекта (перечень основных затратных позиций) с привлечением данных о ценах из открытых источников, предполагаемые источники финансирования</li> </ul>	до 10
4.2. Заявка на аналитический проект (учитывается сочетание	<ul style="list-style-type: none"> <li>• идея и цели</li> </ul>	до 10
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• краткое описание предмета и объекта исследования</li> </ul>	до 5

оригинальности идеи с адекватным представлением о возможностях и методах её реализации)	<ul style="list-style-type: none"> <li>описание новизны проекта (с указанием мотивов выбора в связи со спецификой и целей проекта)</li> </ul>	до 5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>перечисление и краткое обоснование методов осуществления аналитического проекта</li> </ul>	до 20
<b>Максимальный балл за раздел 5</b>		<b>5</b>
5. Участие в олимпиадах НИУ ВШЭ	Участие в профильных олимпиадах НИУ ВШЭ (журналистика, медиакоммуникации) в зависимости от результата	3 - 5
	участие в непрофильных олимпиадах	2
<b>Максимальный балл за раздел 6</b>		<b>5</b>
6. Участие в зимней школе	Зимняя школа по профилю медиакоммуникации	5
	Зимняя школа НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург	3
<b>Максимальный балл за раздел 7</b>		<b>5</b>
7. Рекомендации (оцениваются значимость рекомендаций для профиля магистратуры, статус эксперта, дающего рекомендацию, а также количество рекомендуемых).	<ul style="list-style-type: none"> <li>высокий статус экспертов, дающих рекомендацию (профессор, декан, главный редактор, топ-менеджер крупной медиакомпании, топ-менеджер аналитической компании)</li> </ul>	3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>наличие двух рекомендаций</li> </ul>	2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>наличие одной рекомендации</li> </ul> <p>В случаях, если в рекомендации не упоминается профиль магистратуры и название образовательной программы, такие рекомендации не рассматриваются.</p>	1

### Список рекомендуемой литературы для подготовки

- Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.
- Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. М.: Аспект Пресс, 2010.
- Отраслевые доклады по развитию медиаиндустрии, публикуемые Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям.

Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016.html>

4. Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2013.
5. Гамбарато Ренира Дизайн трансмедиапроектов: теоретические и аналитические аспекты. Режим доступа: [http://cultlook.org/rrg\\_transmedia\\_storytelling](http://cultlook.org/rrg_transmedia_storytelling)
6. Jenkins, H. 2003. Transmedia Storytelling. Режим доступа: <https://www.technologyreview.com/%20biotech/13052/>
7. Jenkins, H. 2010. Hollywood Goes "Transmedia" Режим доступа: [http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood\\_goes\\_%20transmedia.html](http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood_goes_%20transmedia.html)