

## ВОПРОСЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА В 2018 ГОДУ

**Направление:** 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Магистерская программа:** Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью

---

1. Место PR в коммуникационных системах
2. Сферы, субъекты и объекты PR-деятельности
3. Современный российский рынок паблик рилейшнз
4. Информационные основы PR-деятельности
5. Информационный PR и организационный PR
6. Коммуникативные цели спецмероприятий
7. Спонсоринг и фандрайзинг
8. Корпоративная идентичность и фирменный стиль.
9. Антикризисный PR
10. PR и Интернет-технологии
11. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
12. Федеральный закон «О рекламе»
13. Государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе
14. Рекламный модуль
15. Рекламодатель как юридическое или физическое лицо
16. Рекламный процесс: определение, этапы
17. Анализ рекламной емкости изданий
18. Планирование рекламной деятельности
19. Прямые участники рекламного процесса
20. Мероприятия special events: основные характеристики
21. Выставки как инструмент PR: основные характеристики, классификация, основные показатели, определение эффективности.
22. Цели и задачи выставки как инструмента PR
23. Медийные каналы распространения рекламы и информации
24. Типология печатных СМИ: основная характеристика
25. Объем рекламы в периодических печатных изданиях
26. Критерии при выборе каналов распространения рекламы
27. Целевая реклама
28. Скрытая реклама и ответственность за такой вид рекламы
29. Использование транспортных средств исключительно в качестве передвижных рекламных конструкций
30. План-график рекламной кампании
31. Определение ценности медиапродукта
32. Переговорный процесс и его стадии
33. Приёмы переговорного процесса

34. Стратегия принципиальных переговоров
35. Критерии в определении стратегии переговоров
36. Массовые коммуникации и СМИ
37. Понятие и характерные особенности медиарынка
38. Особенности работы пресс-служб
39. Социология PR и рекламной деятельности
40. Психология PR, рекламы и рекламной деятельности
41. Рекламная кампания
42. Социально-правовые аспекты и регулирование рекламной деятельности
43. Межкультурный аспект рекламной коммуникации
44. Реклама и формирование имиджевых стратегий
45. Бренд в системе корпоративных коммуникаций
46. Бренд и брендинг
47. Брендинг территорий
48. Брендинг в политике
49. Брендинг в бизнесе
50. Фирменный стиль в общем контексте деятельности связей с общественностью

Декан  
гуманитарно-педагогического  
факультета

В. А. Шабунина