

***Перечень тем для подготовки к вступительному испытанию по направлению
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере дизайна и моды)***

Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

1. Специфика рекламы как вида деятельности (основные понятия). Функции рекламы.
 2. Закон о рекламе и его основные понятия.
 3. Средства распространения рекламы. Их сравнительная характеристика.
 4. Виды рекламных агентств. Структура рекламного агентства полного цикла.
 5. Сущность PR -деятельности. Взаимосвязь и различие PR со смежными областями деятельности.
 6. Пресс-релиз (цель, правила составления).
 7. Использование ИТ в различных областях рекламной практики. Программное обеспечение, необходимое для работы специалиста по рекламе.
 8. Мультимедиа-презентация как рекламный продукт.
 9. Сетевые технологии в рекламе. Рекламоносители в среде Интернет.
 10. Web-сервер как информационная витрина, возможности проведения различных рекламных мероприятий.
 11. Сущность массовой коммуникации и её роль в условиях информационного общества.
 12. Методы составления бюджета рекламной кампании.
 13. Медиапланирование: понятие, принципы, основные этапы.
 14. Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании.
- Анализ количественных характеристик медиаплана.
15. Стратегии формирования архитектуры и портфеля бренда.
 16. Основы брендинга: понятие, функции, структура.
 17. Глобальный брендинг. Основные модели выхода на международный рынок.
 18. Капитал бренда. Теории Д. Аакера, Ж-Н. Капферера, К. Келлера.
 19. Трансформация торговой марки: ребрендинг, расширение торговой марки, репозиционирование.
 20. Основные брифы в процессе разработки креативного рекламного продукта.
 21. Процесс и этапы разработки рекламного продукта.
 22. Технология проведения рекламно-агитационной политической кампании.
 23. Взаимодействие визуальной и вербальной составляющих в разработке рекламного продукта.
 24. Типы рекламных текстов и способы их стилового оформления
 25. Композиция рекламного текста. Структура композиции рекламного текста и её варианты.
 26. Информационный блок: построение рекламного текста.
 27. Социальная значимость и ответственность рекламы.
 28. Реклама как социальный институт: основные характеристики.
 29. Качественные и количественные методы в социологическом исследовании рекламы.
 30. Психология восприятия рекламы.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аниськина Н.В., Кольшкина Т.Б. Анализ рекламного текста. Ярославль, 2008.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. - М.: Аспект Пресс, 2010.
3. Бузин В. Н., Бузина Т. С., Медиапланирование. Теория и практика, Издательство: Юнити-Дана, 2010.
4. Геращенко Л. Психология рекламы. - М.: АСТ: Астрель, 2008.

5. Глинтерник Э. М. Реклама в России XVIII - первой половины XX века : опыт иллюстрированных очерков / Э. М. Глинтерник. - СПб. : Аврора, 2007.
6. Голубкова Е. Н., Маркетинговые коммуникации, Издательство: Дело и Сервис, 2011.
7. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети. - М.: Вершина, 2008.
8. Евдокимов Н. В. Основы контентной оптимизации сайтов. Эффективная Интернет-коммерция и продвижение сайтов в Интернет. Интернет-маркетинг. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2007.
9. Есикова И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний.- М.: Дашков и К, 2009.
10. Захарова Е. В. Английский язык для менеджеров по PR и рекламе : учебное пособие / Е. В. Захарова, Л. В. Ульянищева. - 2-е изд., стер. - М. : ОМЕГА-Л, 2011.
11. Иванова К. А. Копирайтинг: Секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб., 2008
12. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - М. : Флинта : Наука, 2009.
13. Информационное обслуживание в библиотеках: электронные библиографические ресурсы : науч.-метод. пособие / Рос. нац. б-ка, Рос. библ. ассоц. ; науч. ред. Е.Д. Жабко. - СПб., 2009.
14. Карпова С. В. Брендинг: учебное пособие / С. В. Карпова. - М. : КноРус, 2008.
15. Лейни Т. А. Бренд-менеджмент: учебно-практическое пособие / Т. А. Лейни, Т. А. Семенова, С. А. Шилина. - М. : Дашков и К°, 2009.
16. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008.
17. Мамонова Е.А. Правовое регулирование рекламы. Изд. Дашков и К, Москва. - 2009.
18. Медведев В. Ю. Стиль и мода в дизайне [Текст] : учебное пособие / В. Ю. Медведев. -СПб. : СПГУТД, 2002. - 146 с. - Библиогр.: с. 144-145.
19. Медведев В. Ю. Сущность дизайна [Текст] : учебное пособие / В. Ю. Медведев. - СПб. : СПГУТД, 2004. - 80 с. - Библиогр.: с. 77-78.
20. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация: монография / Е. В. Медведева. - 3-е изд. - М. : URSS, 2009.
21. Музыкант В. Л. Реклама в действии: стратегия продвижения: учебное пособие/ В. Л. Музыкант. - М.: ЭКСМО, 2007.
22. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. - М.: Юнити, 2009.
23. Пономарева А.М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности. Учеб.-метод. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2008.
24. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник / [Л. М. Дмитриева и др.] ; ред. Л. М. Дмитриева. - М. : Экономистъ, 2008.
25. Ромат Е. В. Реклама: [реклама в системе маркетинга, рекламный менеджмент, средства и инструменты рекламы : теория и практика] / Е. В. Ромат. - 7-е изд. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2008.
26. Сальникова Е. В. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы. - М., 2001. - 288 с.
27. Степанов В.К. Применение Интернета в профессиональной информационной деятельности / В.К. Степанов. - М. : ФАИР, 2009. - 304 с. ; То же под загл.: Интернет в профессиональной информационной деятельности [Электронный ресурс]. - [М.], 20022004. - URL: <http://textbook.vadimstepanov.ru/> (дата обращения: 18.04.2011).
28. Толкачев А. Н. Реклама и рекламная деятельность в России : закон и практика / А. Н. Толкачев. - М. : ЭКСМО, 2008.

29. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности: Учебник для вузов / Л. Н. Федотова. - М.: Оникс, 2007.
30. Шарков Ф. И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности. В рекламе, в связях с общественностью, в журналистике. - М., 2008.
31. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз: учебник / Ф. И. Шарков ; Междунар. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М. : Дашков и К°, 2008.
32. Шарков Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Междунар. акад. бизнеса и упр. Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2010.
33. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций.- М.: Дашков и К, 2008.
34. Клифтон Р., Дж. Симмонз [и др.] Бренды и брендинг: [пер. с англ. А. Ижорский]. - М. : ОЛИМП-БИЗНЕС, 2008.