

*Перечень тем для подготовки к вступительному испытанию
по направлению
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
(Бренд-коммуникации)*

1. Рекламный и PR-текст как форма маркетинговой коммуникации: жанровая разновидность, технологии создания.
2. Характеристика кодексов профессиональных объединений в сфере рекламы и PR: этическая основа, ценностно-нормативная специфика.
3. Антикризисная стратегия фирмы: этапы формирования и реализации.
4. Технологии организации информационного публицити.
5. Ресурсное обеспечение PR-деятельности. Алгоритм работы со спонсором, содержание спонсорского пакета.
6. Виды, этапы и технология разработки коммуникативной кампании
7. Классификация торговых марок и марочные стратегии
8. Основные показатели эффективности управления брендами
9. Специфика рекламы как вида деятельности (основные понятия). Функции рекламы.
10. Законодательство в области рекламы и связей с общественностью.
11. Виды рекламных агентств. Структура рекламного агентства полного цикла.
12. Сущность PR -деятельности. Взаимосвязь и различие PR со смежными областями деятельности.
13. Использование ИТ в различных областях рекламной практики. Программное обеспечение, необходимое для работы специалиста по рекламе.
14. Сущность массовой коммуникации и её роль в условиях информационного общества.
15. Медиапланирование: понятие, принципы, основные этапы.
16. Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании. Анализ количественных характеристик медиаплана.
17. Стратегии формирования архитектуры и портфеля бренда.

18. Основы брендинга: понятие, функции, структура.
19. Глобальный брендинг. Основные модели выхода на международный рынок.
20. Трансформация торговой марки: ребрендинг, расширение торговой марки, репозиционирование.
21. Современная концепция брендинга.
22. Стратегии и виды позиционирования бренда.
23. Методы маркетинговых исследований в разработке брендов.
24. Консалтинг как инновационная технология развития учреждений рекламы и PR в условиях рыночной экономики.
25. Структура коммуникационного рынка. Субъекты PR-деятельности и рекламного производства
26. Визуальная культура и дизайн в бренд-коммуникациях.

РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник/ Шарков Ф.И., Бузин В.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 486 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14342>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю.
2. Хамаганова К. В. Основы брендинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. В. Хамаганова. – СПб.: СПГУТД, 2015. – 97 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3358.
3. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 172 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21054>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

4. Хамаганова К. В. Основы бренд-менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. В. Хамаганова. – СПб.: СПГУТД, 2016. – 72 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3070.

5. Сайкин Е.А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сайкин Е.А., Сергеева З.Н.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 84 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44973>.— ЭБС «IPRbooks» по паролю.

6. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57161>.— ЭБС «IPRbooks»

7. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний (2-е издание) [Электронный ресурс]/ Есикова И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 125 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57063>.— ЭБС «IPRbooks».

8. Бердышев С.Н. Рекламное агентство. С чего начать (2-е издание) [Электронный ресурс]/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57029>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю

9. Баранов Д.Е. PR. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебник/ Баранов Д.Е., Демко Е.В., Лукашенко М.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013.— 352 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17007>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю

10. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика»/ Бузин В.Н., Бузина Т.С.— Электрон. текстовые данные.—

М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 492 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52673>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю.

11. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52573>.— ЭБС «IPRbooks» по паролю.

12. Тангейт, М. Построение бренда в сфере моды: От Armani до Zara. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

13. Международный журнал исследований культуры. № 4 (25) 2016 Дизайн в культуре. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.culturalresearch.ru/ru/curr-issue-r>

14. Степанов М.А. Цифровая эстетика в современных коммуникациях. // Вестник СПбГУТД №2. 2018. Серия 3. Экономические, гуманитарные и общественные науки. С. 62-65. Режим доступа: <http://journal.prouniver.ru/vestnik>