

***Перечень тем для подготовки к вступительному испытанию по
направлению
42.04.01 – Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с
общественностью в креативных индустриях)***

1. Специфика рекламы как вида деятельности (основные понятия). Функции рекламы.
2. Закон о рекламе и его основные понятия.
3. Виды рекламных агентств. Структура рекламного агентства полного цикла.
4. Сущность PR -деятельности. Взаимосвязь и различие PR со смежными областями деятельности.
5. Виды PR-текстов.
6. Использование ИТ в различных областях рекламной практики. Программное обеспечение, необходимое для работы специалиста по рекламе.
7. Сущность массовой коммуникации и её роль в условиях информационного общества.
8. Медиапланирование: понятие, принципы, основные этапы.
9. Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании. Анализ количественных характеристик медиаплана.
10. Стратегии формирования архитектуры и портфеля бренда.
11. Основы брендинга: понятие, функции, структура.
12. Глобальный брендинг. Основные модели выхода на международный рынок.
13. Трансформация торговой марки: ребрендинг, расширение торговой марки, репозиционирование.
14. Основные брифы в процессе разработки креативного рекламного продукта.
15. Взаимодействие визуальной и вербальной составляющих в разработке рекламного продукта.
16. Типы рекламных и текстов и способы их стилового оформления
17. Визуальная культура и дизайн

18. Методы активизации творческих идей при разработке творческого продукта.
19. Популярная культура как источник рекламных образов
20. Система жанров журналистики и виды жанров.
21. Теория коммуникаций как концептуальная основа рекламы и связей с общественностью
22. Фирменный стиль как средство оптимизации маркетинговых коммуникаций
23. Этическое и нормативно-правовое регулирование рекламной и PR-деятельности
24. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.
25. Формирование стереотипов в процессе массовой коммуникации
26. Креативные индустрии как сектор экономики

РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердников И.П., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2015.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57028>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю
2. 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
3. Назайкин А. Медиарилейшнз на 100% [Электронный ресурс]: искусство взаимодействия с прессой/ Назайкин А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 412 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43693>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю

4. 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
5. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / [пер. с англ. И. Щербаковой]. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
6. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резепов И.Ш.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57167>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю
7. 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.
8. 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.
9. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ Е.Л. Вартанова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 400 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8837>.— ЭБС «IPRbooks» - доступ по паролю.
10. 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.

11. Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Корконосенко С.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2013.— 247 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9110>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

12. 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.

13. 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»

14. Международный журнал исследований культуры. № 1 (26) 2017 Культурные индустрии. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.culturalresearch.ru/ru/archives/108--126->

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

16. 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>