

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГИ


_____ Н.В. Чичерина
« 10 » октября 2023 г.

ПРОГРАММА

**вступительного испытания для поступающих в магистратуру по
направлению подготовки/образовательной программе
42.04.01_06 Реклама и коммуникации в международной сфере
(международная образовательная программа) / Advertising and PR in
International Communications (International Educational Program)**

Санкт-Петербург
2023

АННОТАЦИЯ

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**, вошедших в содержание билетов (тестовых заданий) вступительного испытания в магистратуру.

Вступительное испытание оценивается по стобалльной шкале и представляет собой:

- междисциплинарный экзамен в объеме требований, предъявляемых государственными образовательными стандартами высшего образования к уровню подготовки бакалавра по направлению, соответствующему направлению магистратуры, проводимый очно в письменной или дистанционно (**максимальный балл - 100**).

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение междисциплинарного экзамена - **50 баллов (50%)**.

Руководитель ОП



С.И. Бояркина

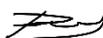
Составители:

доцент



М.С. Арканникова

доцент



Н.К. Розова

доцент



В.В. Фокина

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию Учебно-методическим советом ГИ (протокол № 1 от «21» сентября 2023 г.)

1. ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧЁННЫЕ В ПРОГРАММУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

- 1.1. Основы маркетинга
- 1.2. Основы рекламы
- 1.3. Основы PR

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

2.1. «Основы маркетинга»

Темы (вопросы)

- 1. Сущность и принципы маркетинга.
- 2. Виды маркетинга.
- 3. Современная концепция маркетинга.
- 4. Комплекс маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение).
- 5. Товар в маркетинге. Товарный ассортимент.
- 6. Качество товара. Жизненный цикл товара и характеристики товара в маркетинге.
- 7. Сегментация рынка: понятие, критерии, этапы.
- 8. Маркетинговые исследования. Методы сбора маркетинговой информации.
- 9. Выбор маркетинговой стратегии.
- 10. Организация маркетинговой деятельности на предприятии.

Литература для подготовки:

Основная литература:

- 1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. СПб.: Питер, 2018. – 848 с.
- 2. Божук С., Ковалик Л., Маслова Т., Розова Н., Тэор Т. Маркетинг: учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб: Питер, 2021. - 448 с.

Дополнительная литература:

4. Фейдер П., Томс С. Клиентоцентричность: Отношения с потребителями в цифровую эпоху. М.: Альпина Паблишер, 2020. – 192 с.
5. Гавриков А.В. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога / А.В. Гавриков, В.В. Давыдов, М.В. Федоров. М.: АСТ, 2022. – 480 с.

2.2. «Основы рекламы»

Темы (вопросы):

1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Рекламные средства и их классификация.
3. Рекламные средства и их применение.
4. Планирование и организация рекламных кампаний.

Литература для подготовки:

Основная литература:

1. Ромат Е. Сендеров Д. Реклама. Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб: Питер, 2016. -544 с.

URL: http://library.lgaki.info:404/2017/Ромат_Реклама.pdf

2. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации /Е.Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2020. – 363 с.

2.3. «Основы PR»

Темы (вопросы):

1. Связи с общественностью как элемент коммуникативной системы организации
2. Элементы фирменного стиля предприятия.
3. Цели, задачи, целевые аудитории PR
4. Жанры и виды PR-текстов
5. Оценка эффективности PR-кампании

Литература для подготовки:

Основная литература:

1. Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. М.: Юрайт, 2022. – 384 с.
2. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2020. – 197 с.

URL: <https://klex.ru/wh9>

Дополнительная литература:

1. Синяева, И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов; Финансовый университет при правительстве РФ. — Москва : Юрайт, 2013.

3. ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

 / С.И. Бояркина /
«09» октября 2023г.

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ

по направлению подготовки / образовательной программе
42.04.01_06 Реклама и коммуникации в международной сфере
(международная образовательная программа) / Advertising and PR in
International Communications (International Educational Program)

«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

1. Укажите правильное определение маркетинга по Ф.Котлеру:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Маркетинг - вид деятельности, направленный на обеспечение сбыта товаров
- b) Маркетинг - вид деятельности, направленный на обеспечение конкурентоспособности продукции
- c) Маркетинг - вид деятельности, направленный на изучение рынка и стимулирование спроса
- d) **Маркетинг - вид деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена**

2. Примером бизнес-модели электронной торговли С2С является:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Розничный интернет-магазин
- b) Сайт госзакупок
- c) **Доска объявлений Avito**
- d) Вебинар для малого бизнеса

3. Аббревиатура PEST означает совокупность _____ факторов
(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Политических, экономических, специальных, технологических
- b) Популярных, экономических, социальных, технологических
- c) **Политических, экономических, социальных, технологических**
- d) Политических, экологических, социальных, технологических

4. Маркетинговая позиция товара - это

Отметьте нужную букву

- a) **Место товара в восприятии потребителями** *(2 балла)*
- b) Место товара на складе
- c) Место товара на полке в торговой точке
- d) Место товара в производственной номенклатуре

5. На какой стадии жизненного цикла товара выручка от его реализации максимальна?

Отметьте нужную букву

- a) Вывод на рынок
- b) Рост
- c) **Зрелость**
- d) Спад

(2 балла)

6. К какому архетипу можно отнести маркетинговую стратегию компании Coca-Cola, в рамках которой в России проводятся рекламные кампании в период празднования Нового года?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) «Правитель»
- b) «Мудрец»
- c) «Искатель»
- d) **«Наивный»**

7. Маркетинговое исследование - это:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Определение рыночной проблемы и получение вторичной информации
- b) Исследование рынка и потребителей
- c) **Целенаправленный сбор, обработка и анализ информации о ситуации на рынке и разработка на этой основе бизнес-стратегии**
- d) Исследование маркетинга

8. Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Как можно назвать эту стратегию?

(2 балла)

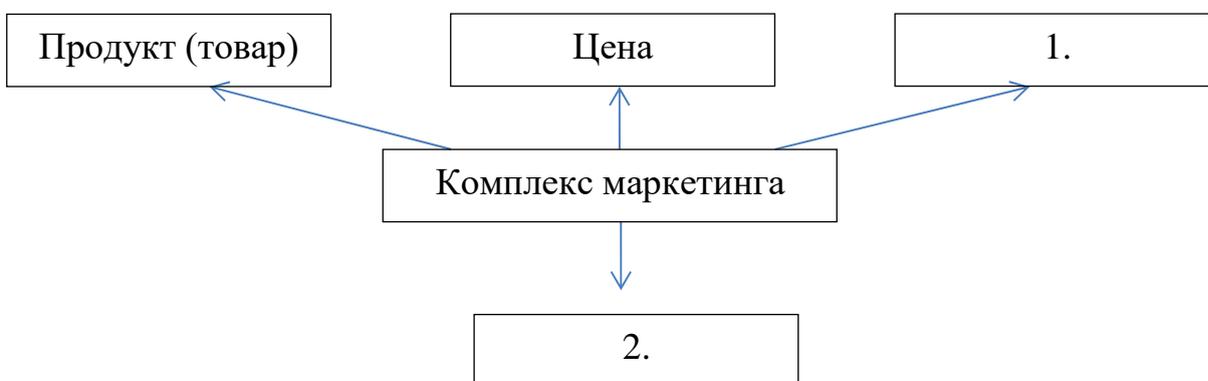
Отметьте нужную букву

- a) Проникновение на рынок
- b) Развитие рынка**
- c) Диверсификация
- d) Развитие продукта

9. Укажите недостающие элементы комплекса маркетинга 4P

(2 балла)

Напишите правильные ответы
Элементы комплекса



Элементы комплекса маркетинга:

1. место продаж (P)

2. продвижение (P)

10. Установление разных цен на один и тот же товар в условиях, когда различия в ценах не связаны с затратами, называется:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) лидерством в ценах
- b) ценовой дискриминацией**
- c) ценовой интервенцией
- d) ценовой диверсификацией

«ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

1. Какие из средств рекламы являются самыми выразительными, эффективными и дорогими?

(2 балла)

(1 балл)

Отметьте нужную букву

- a) Графические
- b) Акустические
- c) **Визуально-зрелищные**
- d) Воздействующие на обоняние

2. В центре любой рекламной акции находится:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Рекламодатель
- b) **Адресат рекламного обращения**
- c) Средство рекламы
- d) Рекламное агентство

3. К средствам ATL относятся:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) **Интернет-реклама**
- b) **Пресса**
- c) Event marketing
- d) Стимулирование сбыта
- e) Прямая рассылка (direct mail)
- f) **Радио**

4. Выберите недостатки акустических средств рекламы:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Слабая выразительность (только звук)
- b) Подключение фантазии рекламополучателя
- c) Невозможность передачи большого объема информации
- d) Ограниченность приемов

5. Показатели GRP и OTS используются для оценки эффективности интернет-рекламы

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Верно
- b) Неверно

Отметьте нужную букву

(2 балла)

6. «Однонаправленная форма неличной коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к товару или услуге»

(2 балла)

Напишите верный термин (одно слово)

Реклама

7. Какой канал рекламы в настоящее время лидирует по совокупным рекламным бюджетам за год как в России, так и в мире в целом?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Реклама на телевидении
- b) Реклама в сети интернет**
- c) Печатная реклама
- d) Наружная реклама
- e) Сувенирная реклама
- f) Реклама в прессе
- g) Direct mail

8. Какая из моделей рекламного воздействия НЕ относится к иерархическим:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) AIDA
- b) DAGMAR
- c) DIBABA
- d) ACCA
- e) Матрица FCB

9. Какие свойства рекламного сообщения определяют его агитационную силу?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Субъективная значимость темы для целевой аудитории
- b) Этичность и эстетичность
- c) Правдоподобность основного рекламного утверждения
- d) Цельность рекламы

10. Какой должна быть реклама для товаров, попавших в квадрант «Гедонизм» матрицы Фута-Коуна-Белдинга (FCB)?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Реклама должна иметь информативный характер
- b) Реклама акцентируется на личном удовлетворении
- c) Реклама должна обращаться к эмоциям
- d) Реклама должна формировать и поддерживать привычки, а также напоминать о товаре

«ОСНОВЫ PR»

1. Медиатексты - это PR-тексты:

Отметьте нужную букву

(2 балла)

- a) Написанные редактором СМИ
- b) Распространяемые посредством СМИ
- c) Написанные PR-специалистом СМИ
- d) Исходящие по инициативе базисного субъекта PR, подготовленные его сотрудниками и распространяемые исключительно через печатные органы СМИ**

2. Выберите из списка виды PR-текстов

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Ньюслеттер**
- b) Репортаж
- c) Путевые заметки
- d) Факт-лист**
- e) Бэкграундер**
- f) Хроника

3. Показатели эффективности PR-кампании:

Отметьте нужную букву

(2 балла)

- a) Количество подготовленных информационных материалов
- b) Насколько увеличилась осведомленность аудитории о компании или товаре/услуге
- c) Количество лиц, СМИ, организаций, получивших подготовленный материал
- d) Количество полученных откликов; как изменилось общественное мнение о PR-объекте
- e) Все перечисленное верно**

4. Информационно-новостной жанр PR-текста, представляющий событийную информацию о деятельности субъекта PR называется:

(2 балла)

Напишите нужный термин (одно слово)

Пресс-релиз

5. В каком углу журнальной обложки следует размещать самые важные, привлекательные, «горячие» темы номера?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) В правом верхнем
- b) В правом нижнем
- c) В левом верхнем
- d) В левом нижнем

6. В каком году Президент США Томас Джефферсон впервые употребил словосочетание «связи с общественностью»?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) 1799
- b) **1807**
- c) 1856
- d) 2008

7. PR предполагает установление коммуникации не только с внешними, но и с внутренними аудиториями

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) **Верно**
- b) Неверно

8. Какие основные виды услуг в сфере PR вам известны?

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Отношения в финансовой сфере (инвестиционный пиар или IR)
- b) Отношения с властными структурами и местным населением
- c) Отношения с персоналом
- d) Формирование имиджа компании
- e) **Все перечисленное верно**

9. Основной целью проведения PR-компания является:

(2 балла)

Отметьте нужную букву

- a) Прибыль
- b) Улучшение имиджа (образа, репутации) PR-объекта**
- c) Медиапланирование
- d) Проведение рекламной компании

10. Специалист в области PR-технологий (часто политических PR), занимающийся управлением новостями и медиа-событиями. Корректирует побочные эффекты от попадания в СМИ негативной информации, создает условия для благоприятного восприятия событий.

(2 балла)

Напишите нужный термин (одно слово)

Спин-доктор

Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation
federal state autonomous educational institution of higher education
«Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University»

Institute of Humanities

APPROVED

Institute of Humanities Director



N.V. Chicherina

« 10 » October 2023 г.

PROGRAM

entrance test for applicants to master's programs in the field of study
42.04.01 Advertising and public relations
42.04.01_06 Advertising and communications in international sphere

ABSTRACT

The program contains a list of topics (questions) in the disciplines of the bachelor's training curriculum professional cycle basic part in the field **42.03.01 Advertising and public relations**, included in the content of tickets (test tasks) for the entrance examination to the master's program.

The entrance examination is assessed on a 100-point scale and represents:

- interdisciplinary examination within the scope of the requirements imposed by state educational standards of higher education to the level of bachelor's training in a direction corresponding to the master's degree, conducted face-to-face in written form or remotely (**maximum score - 100**).

The minimum number of points confirming successful completion of the interdisciplinary exam is **50 points (50%)**.

Director of the basic educational program



S.I. Boyarkina

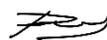
The authors:

associate professor



M.S. Arkannikova

associate professor



N.K. Rozova

associate professor



V.V. Fokina

The program was reviewed and recommended for publication by the Institute of Humanities Educational and Methodological Council (protocol No. 1, September 21, 2023)

1. DISCIPLINES INCLUDED INTO THE PROGRAM OF ENTRANCE EXAMINATION TO THE MASTER'S PROGRAM

- 1.1. The fundamentals of marketing
- 1.2. The fundamentals of advertising
- 1.3. The fundamentals of public relations

2. THE CONTENT OF THE COURSE

2.1. The fundamentals of marketing

Topics (questions):

1. Marketing and its principles.
2. Types of marketing.
3. Cutting-edge marketing concept.
4. Marketing mix (Product, Price, Place, Promotion).
5. Product in marketing. Product range.
6. Product quality. Product life-cycle and its characteristics in marketing.
7. Market segmentation: concept, criteria, stages.
8. Marketing research. Methods for collecting marketing information.
9. Choosing a marketing strategy.
10. Organization of marketing activities at the enterprise.

References for preparation:

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management (15th global edition). – Pearson Education Limited, 2021.
2. Baines P., Fill C., Rosengren S. Marketing. – Oxford University Press, 2017.
3. Bozhuk, S., Kovalik L., Maslova T., Rozova N., Teor T. Marketing: university textbook. 4-th edition. Third generation standart. SPb: Piter, 2012. - 448 p.

2.2. The fundamentals of advertising

Topics (questions):

1. Advertising in the system of marketing communications.
2. Advertising means and their classification.
3. Advertising means and their usage.
4. Advertising campaigns planning and organization.

References for preparation:

1. T de Waal Malefyt T., Moeran B. (ed.). Advertising cultures. – Routledge, 2020.
2. Romat, E., Senderov, D. Advertising. University textbook. 9-th edition. Third generation standart. SPb: Piter, 2016. -544 p.

URL: http://library.lgaki.info:404/2017/Ромат_Реклама.pdf

2.3. The fundamentals of PR

1. Public relations as an element of communication system of organization
2. Elements of the corporate identity of the enterprise
3. Goals, objectives, target audiences for public relations
4. PR texts: genres and types
5. Evaluation of PR-campaign efficiency

References for preparation:

1. Theaker A. (ed.). The public relations handbook. – Routledge, 2020.
2. Emelyanov S. M. Theory and practice of public relations [Electronic resource]. 2020 – 197p.

URL: <https://klex.ru/wh9>

3. EXAMPLE OF EXAMINATION TASK (TEST)

PETER THE GREAT ST.PETERSBURG POLYTECHNIC UNIVERSITY

Higher School of Media Communications and Public Relations

APPROVED

Director of the basic educational program

S.I. Boyarkina / S.I. Boyarkina/
«09» October 2023г.

ENTRANCE EXAMINATIONS

for educational program

42.04.01 Advertising and Public Relations

42.04.01_06 Advertising and communications in international sphere

«FUNDAMENTALS OF MARKETING»

1. Choose the correct definition of marketing according to Kotler F.

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Marketing is a type of activity aimed at the sale of goods ensuring;
- b) Marketing is a type of activity aimed at the competitiveness of products ensuring
- c) Marketing is a type of activity aimed at the market research and demand stimulating
- d) Marketing is a type of activity aimed at satisfying needs and demands through the exchange**

2. An example of a C2C e-commerce business model is:

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Online retail store
- b) Government procurement site
- c) Avito message board**
- d) Webinar for small business

3. The abbreviation PEST means a combination of _____ factors

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Political, economic, special, technological
- b) Popular, economic, social, technological
- c) **Political, economic, social, technological**
- d) Political, environmental, social, technological

4. The marketing position of a product is...

(2 points)

Mark the correct letter

- a) **The product's place in the perception of consumers**
- b) The place of the good in the warehouse
- c) The place of the good on the shelf at the point of sale
- d) The place of the good in the production nomenclature

5. What stage in the product life cycle is characterized by the maximum revenue from its sale?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Market launch
- b) Growth
- c) **Maturity**
- d) Decline

6. Which marketing strategy archetype does Coca-Cola use to conduct its advertising campaigns in Russia during the New Year's celebration period?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) "Ruler"
- b) "Sage"
- c) "Seeker"
- d) **"Naive"**

7. Marketing research is:

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Market problem identifying and secondary information obtaining
- b) Market and consumer research
- c) **Targeted collection, processing and analysis of information about the market situation and creating business strategy on this basis**
- d) Research of marketing

8. A supplier of personal computers sells computers for business use only. He decides to start selling these computers to end users (individual consumers) as well. How do you call this strategy?

(2 points)

Mark the correct letter

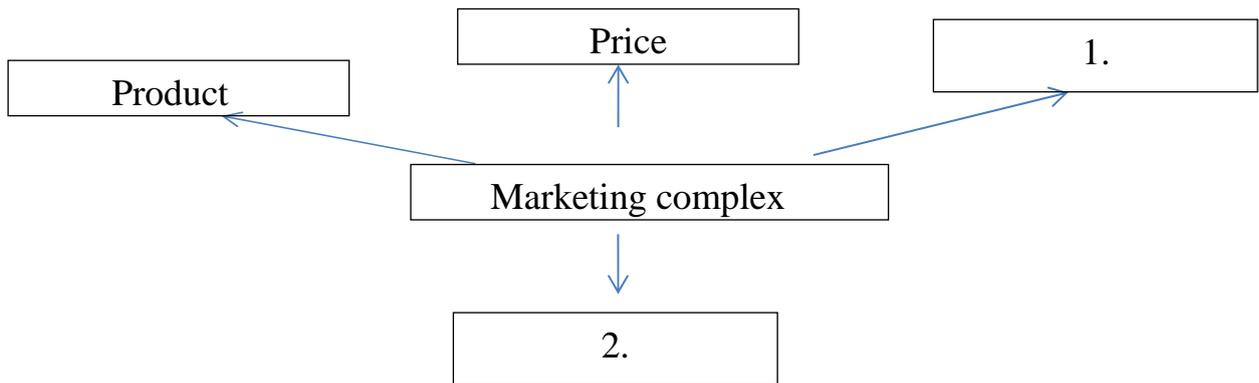
- a) Market penetration
- b) Market development**
- c) Diversification
- d) Product development

9. Specify the elements of the marketing mix 4P

(2 points)

Write the correct answers below

Elements of the complex



Elements of Marketing complex:

- 1. Place
- 2. Promotion

10. Setting different prices for the same product in case the differences in prices are not related to costs is called:

(2 points)

Mark the correct letter

- a) price leadership
- b) price discrimination**
- c) price intervention
- d) price diversification

«THE FUNDAMENTALS OF ADVERTISING»

1. Which advertising tools are the most expressive, effective and expensive?
(2 points)

Mark the correct letter

- a) Graphic
- b) Acoustic
- c) Visual and spectacular**
- d) Affecting the sense of smell

2. At the center of any advertising campaign is ...

Mark the correct letter

- a) Advertiser
- b) Recipient of the advertising message**
- c) Advertising tool
- d) Advertising agency

3. Among the ATL tools are:

Mark the correct letter

(2 points)

- a) Internet-ads**
- b) Press**
- c) Event marketing
- d) Sales promotion
- e) Direct mail
- f) Radio**

4. Select minuses of acoustic advertising tools

(2 points)

Mark the correct letters

- a) Weak expressiveness (sound only)**
- b) Using fantasy of advertising recipient
- c) Inability to broadcast a vast amount of information**
- d) Limited tools**

5. GRP and OTS indicators allow to estimate internet advertising efficacy

(2 points)

Mark the correct letter

- a) True**
- b) False

6. «Unidirectional form of non-personal communication carried out on a paid basis to attract attention to product or service»

Enter the desired term in the answer table (one word)

(2 points)

Answer (one word): **Advertising**

7. Which advertising channel is currently leading in total annual advertising budgets both in Russia and in the world?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Advertising in press
- b) Advertising on TV
- c) Advertising on Internet**
- d) Print advertising
- e) Outdoor advertising
- f) Souvenirs advertising
- g) Direct mail

8. Which model of advertising is NOT hierarchical:

(2 points)

Mark the correct letter

- a) AIDA
- b) DAGMAR
- c) DIBABA
- f) ACCA
- g) FCB Matrix**

9. What properties of advertising message determine its propaganda power?

(2 points)

Mark the correct letters

- a) **Personal significance of the topic to the target audience**
- b) Ethics and aesthetics
- c) **Credibility of the advertising message**
- d) **Advertising integrity**

10. What should advertising be like for products included in the quadrant “Hedonism” of the Foote-Cone-Belding (FCB) matrix?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Advertising should be informative
- b) **Advertising should focus on a personal satisfaction**
- c) Advertising should address emotions
- d) Advertising should form and maintain habits as well as remind of a product

«THE FUNDAMENTALS OF PUBLIC RELATIONS»

1. Media texts are the PR-texts which are

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Texts written by an editor
- b) Texts distributed through the media
- c) Texts written by a PR specialist
- d) **Texts originated at the initiative of the basic PR subject, prepared by its employees and distributed exclusively through printed media**

2. Select types of PR texts from the list

(2 points)

Mark the correct letters

- a) **Newsletter**
- b) News report
- c) Travel notes
- d) **Fact sheet**
- e) **Backgrounder**
- f) Chronicle

3. PR campaign performance indicators are:

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Number of information materials prepared
- b) How much has the audience's awareness of the company or product/service increased?
- c) Number of individuals, media, organizations that received the prepared material
- d) Number of responses received; how public opinion about the PR object has changed
- e) **All of the above are true**

4. PR text written in information and news genre to present information about the activities of the PR subject is called:

Enter the desired term in the answer table (one word)

(2 points)

Answer: Press release

5. What corner of magazine cover is the most proper to place the most important, attractive, “hot” topics of the issue?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) **Upper right corner**
- b) Lower right corner
- c) Lower left corner
- d) Upper left corner

6. When did US president Thomas Jefferson use the collocation "public relations" in the first time?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) 1799
- b) **1807**
- c) 1856
- d) 2008

7. PR предполагает установление коммуникации не только с внешними, но и с внутренними аудиториями

(2 points)

Mark the correct letter

- a) **True**
- b) False

8. What main types of PR services do you know?

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Crisis management
- b) Relations with authorities and local population
- c) Media relations
- d) Company's image creating
- e) **All of the above are true**

9. The main purpose of the PR campaign is:

(2 points)

Mark the correct letter

- a) Profit
- b) Improving the image (image, reputation) of the PR object**
- c) Media planning
- d) Conducting an advertising campaign

10. PR technologies specialist (often in political PR sphere) who manages news and media events. He (or she) corrects side effects of negative information in the media, creates conditions for a favorable perception of events.

Enter the desired term in the answer table (one word)

(2 points)

Answer: Spin doctor