

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого**

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ ПО**  
**НАПРАВЛЕНИЮ**  
**39.04.01 «СОЦИОЛОГИЯ»**

## «Социологические исследования в рекламе и PR»,

### **1. Основы социологии**

1. Понятие и виды коммуникации
2. Общество как социальная структура: теории и подходы
3. Системный подход к анализу общественных процессов
4. Социология организаций как раздел социологической теории
5. Социология рекламы как раздел социологической теории
6. Социология управления как раздел социологической теории
7. История социологии в России
8. Виды социологических исследований
9. Количественные и качественные исследования
10. Роль опросных методов в изучении общественного мнения
11. Потребление как значимый социальный процесс.

#### *Основная литература*

1. Ядов, Владимир Александрович. Стратегия социологического исследования : описание, объяснение, понимание социальной реальности : учебное пособие / В. А. Ядов .— 6-е изд., стер. — Москва : Омега-Л, 2012 .
2. Глотов, Михаил Борисович. Социология : учебник для вузов по несоциологическим направлениям подготовки (гуманитарный и социально-экономический цикл) / М. Б. Глотов .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Академия, 2013 .

#### *Дополнительная литература*

1. Епархина, О. В.. Социология общественного мнения : учебник для вузов / О. В. Епархина .— Москва : Академия, 2013 .
2. Социологические исследования. Ежемесячный журнал.

### **2. Маркетинг**

1. Сущность и принципы маркетинга
2. Виды маркетинга
3. Современная концепция маркетинга
4. Комплекс маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение)
5. Методы исследований рынка в маркетинге
6. Использование социологических методов в маркетинговом исследовании потребителей
7. Организация маркетинговой деятельности на предприятии

#### *Основная литература*

1. Багиев Г. Л. Маркетинг : учебник для вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич ; под общ. ред. Г. Л. Багиева .— 3-е изд., перераб. и доп. — М. [и др.] : Питер, 2010 .— 573 с.

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; Российская ассоциация маркетинга ; пер. с англ. С. Жильцова, М. Жильцова, Д. Раевской .— 12-е изд. — Москва [и др.] : Питер, 2012 .— 814 с.

#### *Дополнительная литература*

1. Басовский Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л. Е. Басовский .— Москва : ИНФРА-М, 2010 .— 132, [1] с.

2. Лебедева Т. С. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.С. Лебедева ; Санкт-Петербургский государственный политехнический университет; под ред. В.В. Кобзева.— Изд. 3-е, испр. и доп. — Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,43 Мб) .— СПб., 2012 .— (Экономика и управление на предприятии) .— Загл. с титул. экрана .— Электронная версия печатной публикации .— Доступ из локальной сети ФБ СПбГПУ (чтение) .— Текстовый документ. — Adobe Acrobat Reader 7.0.

Издание на др. носителе: Маркетинг : учебное пособие / Т. С. Лебедева ; Санкт-Петербургский государственный политехнический университет; под общ. ред. В. В. Кобзева.— Изд. 3-е, испр. и доп. — СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2012 .— 164 с. : ил., табл. ; 20 см .— (Экономика и управление на предприятии) .

## **2. Реклама и PR**

1. Понятие рекламы и public relations
2. Социальная роль рекламы и ее виды
3. Функции и виды PR-подразделений на предприятии
4. Политическая реклама в современном обществе: формы и задачи
5. Социальная реклама и ее функции
6. Коммерческая реклама и отрасли ее применения
7. Методы pr-продвижения
8. Задачи политического PR
9. Разработка PR-стратегии компании
10. Интеграция PR и рекламных мероприятий в общую маркетинговую стратегию компании

#### *Основная литература*

1. Панкратов, Ф.Г. Баженов Ю.К. Основы рекламы. Учебник / Ф.Г.б Баженов, Ю.К. Панкратов, В.Г. Шахурин.— Москва: Дашков и К, 2015
2. Коноваленко В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед ; Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова .— Москва : Юрайт, 2013 .— 383 с. : табл. ; 21 см .— (Бакалавр. Базовый курс) .— Библиогр.: с. 383. — ISBN 9785991628518.

#### *Дополнительная литература*

1. Основы рекламы. Прикладные задачи и методы их решения Учебное пособие / Под ред. Попоковой Е.Г., Фролова Д.П. М.: Изд-во «КноРус», 2016.

2. Кривоносов, Алексей Дмитриевич. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина.— Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2011.
3. 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 .— 552 с. : ил., табл. ; 22 см .— (Бакалавр. Углубленный курс)