

Название вступительного испытания
Стратегические коммуникации в индустриях 4.0
Направление (-ия) подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа (-мы)
42.04.01_04 - Стратегические коммуникации в индустриях 4.0
Аннотация
<p>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, проводимого очно в письменной или устной форме и дистанционно (максимальный балл - 100).</p> <p>Продолжительность испытания – 60 минут.</p> <p>На вступительном испытании разрешено использовать черновик, письменные принадлежности, калькулятор.</p>
Дисциплины, включенные в программу вступительных испытаний в магистратуру
<p>Основы маркетинга Основы рекламы Основы PR</p>
Содержание учебных дисциплин
<p>Основы маркетинга Темы (вопросы)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Литература для подготовки: Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Астратова Г. В. Основы маркетинга: учебное пособие // Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2024. 232 с. ISBN 978-5-7996-3795-8. URL : https://elar.urfu.ru/handle/10995/135754 2. Смирнов, В. Н. Теория маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Н. Смирнов ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2023. 170 с. URL: chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://dspace.www1.vlsu.ru/bitstream/123456789/10965/1/02600.pdf 3. Розова Н.К. Основы маркетинга: учебное пособие /Н.К. Розова. - СПб: ПОЛИТЕХ ПРЕСС. 2021. - 136 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Основы рекламы Темы (вопросы):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. 2. Рекламные средства и их классификация. 3. Рекламные средства и их применение. 4. Планирование и организация рекламных кампаний. <p>Литература для подготовки: Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Палякин Р. Б. и др. Реклама и PR: учебное пособие. Казань: Изд-во "Печать-сервис XXI век", 2022. 75 с.

URL: <https://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/173379>

Дополнительная литература:

1. Абабкова М.Ю. Планирование рекламной кампании: учеб. пособие / М.Ю. Абабкова, И.Р. Тростинская. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. 229 с.

Основы PR

Темы:

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. Федотова Л. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. 192 с.

Критерии оценивания вступительного испытания

Междисциплинарный экзамен включает в себя 50 тестовых вопросов, каждый из которых оценивается на 2 балла.

Рабочая группа

Председатель предметной комиссии:

Чичерина Н.В., д-р пед. наук, профессор, директор ГИ;

Составители:

директор ВШМиСО ГИ, М.С. Арканникова

доцент ВШМиСО ГИ, А.Г. Танова

доцент ВШМиСО ГИ, В.В. Фокина