

Программа вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки 42.04.01 по магистерской программе: «Управление коммуникациями на государственной и муниципальной службе»

1. Пояснительная записка

Программа вступительного собеседования по магистратуре, направление подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Управление коммуникациями на государственной и муниципальной службе», составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО от 08.07.2017 за № 528 и учебного плана 2026 г. и предназначена для подготовки к вступительному испытанию в магистратуру по профилю подготовки «Управление коммуникациями на государственной и муниципальной службе». Вступительные испытания проводятся в виде теста. В основу тестирования положена программа бакалавриата по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ТЕСТИРОВАНИЮ:

1. Задачи и основные положения Закона о рекламе, функции государственного контроля над рынком рекламы и коммуникаций.
2. Значение корпоративной культуры для эффективного управления организацией, роль и задачи структур по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры
3. Инновации в коммуникационных практиках в сфере рекламы и связей с общественностью.
4. Классификация рекламных агентств. Преимущества и недостатки работы рекламных агентств в процессе рекламной деятельности.

5. Место и роль рекламы в экономической сфере общества.
6. Место рекламной службы в структуре фирмы. Принципы построения централизованной службы рекламодателя
7. Организационная структура и функции внутренней рекламной службы.
8. Основные модели и структурные составляющие коммуникационных процессов.
9. Основные направления деятельности в области связей с общественностью. Специализация PR-деятельности в зависимости от целевой аудитории.
10. Основные профессии на рынке рекламы и связей с общественностью. Требования к компетенциям.
11. Особенности и виды коммуникаций в розничном торговом пространстве: Sales promotion (SP), мерчендайзинг и POSM.
12. Принципы построения централизованной службы рекламодателя. Особенности централизованной и децентрализованной служб организации.
13. Отдел по работе со СМИ (медийный отдел), его функции в рекламном агентстве, персонал отдела.
14. Понятие «бренд», его связь и отличие от торговой марки, основные цели и направления брендинга
15. Понятие директ-маркетинга, его основные принципы и эволюция развития.
16. Понятие Интернет как средства коммуникаций, виды и типы рекламных и PR-коммуникаций в Интернет.
17. Понятие коммуникационной кампании. Отличие коммуникационной кампании от других форм коммуникационной деятельности.
18. Стратегический подход к планированию. Место коммуникационной кампании в общей коммуникационной стратегии.

19. Оценка результатов коммуникационных кампаний и их эффективности.
20. Имидж и репутация, роль рекламы и связей с общественностью в построении имиджа товара, корпорации и управлении репутацией
21. Реклама и СО как инструмент продвижения и расширения рынка сбыта товаров.
22. Роль и место рекламы и связей с общественностью в программах лояльности и CRM-системах.
23. Содержание, основные цели и формы коммуникационных решений рекламы и связей с общественностью в прессе.
24. Содержание, основные цели и формы коммуникационных решений рекламы и связей с общественностью на телевидении.
25. Сущность влияния макро- и микроэкономической среды на развитие коммуникаций и рекламного рынка.
26. Сущность брендинга. Понятие брендбука.
27. Стратегическое значение процесса формирования и управления брендом.
28. Основные каналы информационных коммуникаций: сущность, основные виды, принципы выбора для взаимодействия с целевыми аудиториями.
29. Виды и принципы современных коммуникаций.
30. Организация непрерывного процесса управления общественными отношениями.

Учебно - методическое и информационное обеспечение вступительных испытаний по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Управление коммуникациями на государственной и муниципальной службе».

Нормативные документы 1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ 2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2020) "О средствах массовой информации" (эл. ресурс) // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

Основная литература

1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 214 с. - ISBN 978-5-394-03163-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091798>

2. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс] : Монография / А. М. Годин, О. А. Масленникова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. — 179 с. - ISBN 978-5-394-02485-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514607>

3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2025 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>

4. Джефкинс, Ф. Реклама : учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс ; под ред. Б.Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2025. - 543 с. - ISBN 978-5-238-00362-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027287>

5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. — 433 с. - ISBN 978-5-394-03753-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/10911059>
6. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1239252>
7. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : Инфра-М, 2023. - 216 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01121-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007953>
8. Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. - 208 с. - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002350>
9. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2023. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400>
10. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд ; пред. и пер. с англ. Б.Л. Ерёмкина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2025. — 559 с. — (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039965>

11. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич- рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

12. Шарков, Ф. И. Публич рилейшнз : учебник / Ф. И. Шарков. - 6-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 332 с. - ISBN 978-5-394-02353-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093181>

Дополнительная литература:

1. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01614-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989798>

2. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2023. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-369-01531-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/935545>

3. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблицер, 2025. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/10025594>