

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Российский государственный университет нефти и газа  
(национальный исследовательский университет) имени И.М. Губкина

---

**ПРОГРАММА**  
**вступительных испытаний**  
**при поступлении в магистратуру по направлению 42.04.01**  
**«Реклама и связи с общественностью»**  
**на факультет**  
**ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Магистерская программа:

42.04.01.01. Реклама и связи с общественностью в нефтегазовом бизнесе

Москва, 2017 г.

## Введение

Настоящая программа составлена на основании требований федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (квалификация «магистр»).

Вступительное испытание в магистратуру предназначено для определения теоретической и практической подготовленности поступающего к выполнению профессиональных задач, установленных федеральным государственным образовательным стандартом.

### 1. Требования к вступительному испытанию

На вступительном испытании поступающий в магистратуру должен подтвердить знания в области общих профессиональных и специальных дисциплин направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (квалификация «бакалавр»), достаточных для обучения по магистерской программе. Поступающий должен иметь сформированное научное мировоззрение и продемонстрировать на вступительном испытании знание и владение системой научных понятий; основами научных теорий; методами и процедурами профессиональной деятельности. Критерии выставления оценок на вступительном испытании представлены в таблице 1.

Таблица 1

Оценка	Критерий выставления оценок
50 баллов и менее	а) абитуриент изложил менее 25% материала, требуемого государственным образовательным стандартом подготовки бакалавра; б) абитуриент продемонстрировал низкий уровень глубины изложения материала по направлению.
51-69 баллов	а) абитуриент изложил от 50% до 75% материала, требуемого государственным образовательным стандартом подготовки бакалавра по направлению; б) абитуриент продемонстрировал уровень глубины изложения материала по направлению выше среднего.
70-84 баллов	а) абитуриент изложил от 75% до 100% материала, требуемого государственным образовательным стандартом подготовки бакалавра по направлению; б) абитуриент продемонстрировал высокий уровень изложения материала по направлению.
85-100 баллов	абитуриент продемонстрировал владение материалом, как по полноте, так и по глубине полностью соответствующим требованиям государственного образовательного стандарта подготовки бакалавра по направлению

## **2. Регламент проведения вступительных испытаний**

К вступительным испытаниям допускаются лица в соответствии с Приказом Минобрнауки России «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на 2017/18 учебный год». Вступительные испытания проводятся в устно-письменной форме. Абитуриенты, имеющие профильное образование, проходят вступительное испытание в форме собеседования. Для абитуриентов с непрофильным образованием предусмотрено испытание в виде письменного экзамена. На подготовку выделяется один академический час. Билет вступительных испытаний содержит два задания. Примеры билетов приведены ниже.

## **3. Вопросы вступительных испытаний в магистратуру по направлению «Реклама и связи с общественностью»**

1. Дайте определения рекламы в России и США. Объясните сходство и отличие в трактовке рекламы.
2. Раскройте понятия потребность, мотив и мотивация. Опишите структуру потребительских мотивов, их использование в коммуникационной деятельности.
3. Раскройте функции рекламы и связей с общественностью в современном обществе.
4. Дайте определение понятия конкуренция. Типы конкуренций и характеристика конкурентных стратегий предприятия на товарных рынках, роль коммуникационной активности в конкурентной борьбе.
5. Охарактеризуйте пути разрешения противоречий и конфликтов в современном обществе при возникновении противоречий между содержанием рекламы и общественной моралью.
6. Дайте общую характеристику видов и форм коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.
7. Охарактеризуйте и раскройте понятие имидж и репутация, обоснуйте роль рекламы и связей с общественностью в построении имиджа товара, корпорации и управлении репутацией.
8. Раскройте понятие «бренд», его связь и отличие от торговой марки, основные цели и направления брендинга.

9. Дайте развернутую характеристику рынка рекламных и PR коммуникаций, тенденции его развития.
10. Охарактеризуйте СМИ как средства распространения рекламы и ресурса для «связей с общественностью».
11. Охарактеризуйте основные направления деятельности в области связей с общественностью.
12. Опишите специализацию PR деятельности в зависимости от целевой аудитории.
13. Обоснуйте роль цифровых технологий и Интернета в современных коммуникационных решениях в рекламе и связях с общественностью.
14. Охарактеризуйте основные профессии на рынке рекламы и связей с общественностью. Требования к компетенциям.
15. Раскройте содержание, основные цели и формы рекламы и связей с общественностью на телевидении. Отличия PR и рекламных материалов на этом канале.
16. Раскройте структуру рынка рекламы. Дайте характеристику рынка рекламы с точки зрения динамики развития отдельных направлений.
17. Раскройте понятия фирменного знака и фирменного стиля как форм коммуникаций.
18. Дайте определение понятия связи с общественностью (PR), раскройте его задачи и функции. Покажите роль и место Связей с общественностью в деятельности компании.
19. Раскройте виды и формы наружной рекламы, рекламы на транспорте и рекламы в окружающей среде.
20. Опишите динамику коммуникационных социальных технологий (рекламы и связей с общественностью) в различные периоды истории.
21. Раскройте содержание, основные цели и формы коммуникационных решений (рекламы и связей с общественностью) в прессе.
22. Раскройте экономические, социальные и культурные предпосылки развития коммуникаций и рекламного бизнеса в Европе и США.
23. Раскройте особенности работы службы рекламы и связей с общественностью в качестве структурного подразделения компании.
24. Раскройте исторические особенности развития рекламы в России и ее состояние на современном этапе.
25. Дайте характеристику основным методам определения эффективности рекламы и деятельности в сфере «связей с общественностью».

26. Охарактеризуйте связь рекламы и связей с общественностью, как гуманитарных научно-практических дисциплин, с экономикой, социологией, психологией.
27. Дайте характеристику экономическим основам деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
28. Раскройте сущность влияния макро- и микроэкономической среды на развитие коммуникаций и рекламного рынка.
29. Раскройте роль подразделений по связям с общественностью и рекламы в органах государственной власти и управления.
30. Раскройте предпосылки формирования рекламы и связей с общественностью как научно-практических дисциплин.
31. Раскройте значение корпоративной культуры для эффективного управления организацией, роль и задачи структур по «связям с общественностью» в формировании корпоративной культуры.
32. Охарактеризуйте влияние научно-технического прогресса на сферу рекламы и связей с общественностью.
33. Дайте характеристику понятию знак, опишите типы знаков и знаковых систем. Раскройте семиотическую сущность рекламы.
34. Обоснуйте роль и место психологии в изучении феномена рекламы.
35. Раскройте понятие Интернет как средство коммуникаций, виды и типы рекламных и PR коммуникаций в Интернете.
36. Дайте характеристику основных теоретических взглядов и представлений о роли рекламы в современном постиндустриальном (информационном) обществе.
37. Дайте характеристику особенностям корпоративных СМИ. Раскройте способы организации и продвижения коммерческого и корпоративного сайта в сети Интернет.
38. Опишите основные модели и структурные составляющие коммуникационных процессов.
39. Раскройте понятие позиционирование, принципы и подходы к позиционированию.
40. Раскройте роль общественных организаций в регулировании рынка рекламы и коммуникаций.

#### **4. Образцы билетов для вступительных испытаний в магистратуру по направлению «Реклама и связи с общественностью»**

##### **Билет №1**

1. Раскройте функции рекламы и связей с общественностью в современном обществе.
2. Охарактеризуйте влияние научно-технического прогресса на сферу рекламы и связей с общественностью.

##### **Билет №2**

1. Дайте характеристику экономическим основам деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Раскройте роль подразделений по связям с общественностью и рекламы в органах государственной власти и управления.

#### **5. Список рекомендуемой литературы.**

1. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. Учебник. - М.: Изд-во Дашков и К, 2015. - 540 с. ISBN: 978-5-39401804-6.
2. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии. - М.: Изд-во Юрайт, 2014.- 303 с. ISBN: 978-5-99164192-0.
3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учебное пособие для вузов. М.: Юнити-Дана, 2012 г. 416 с.
4. Фролов С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг. М.: Либроком, 2014. 368 с.
5. Симонова, И.Ф. (РГУ). Управление развитием менеджера нефтегазовой компании [Текст] : учеб. пособие / И. Ф. Симонова, В. Г. Мартынов, И. Ю. Еремина ; РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина. - М. : ИЦ РГУ нефти и газа, 2012. - 199 с., 12,5 п. л. : таб. - (Национальный исследовательский университет). - ISBN 978-5-91961-085-4 :
6. Персикова Т.Н. Корпоративная культура: учебное пособие. - М.: Логос. 2012. - 288 с. - УДК 008(075.8), ISBN 978-5-98704-467-4.
7. Чумиков А.Н. «Антикризисные коммуникации» Учебное пособие для студентов ВУЗов, М., ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2013 г. УДК 659.44 ББК 60.842
8. Новиков Д.В. Связи с общественностью в политике: учебное пособие.- Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013.-71 с. УДК 621.91 (07) ББК 34.63 я7 С306
9. Фролов С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг. М.: Либроком, 2014. 368 с.
10. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010.-302 с. УДК 659.4 (075.8) ББК 60.842я73-1 К89.