

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова»

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ
ПОСТУПАЮЩИХ НА ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» И «МЕДИАКОММУНИКАЦИИ»**

Структура вступительного испытания:

1. МАРКЕТИНГ	2
2. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ	5
3. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.....	7

Москва 2023

1. МАРКЕТИНГ

1.1 МАРКЕТИНГ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ

Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Маркетинг услуг. Специфические черты услуг как товара и их структура с позиций маркетинга. Источники и носители маркетинговой информации в рекламе. Методы сбора маркетинговой информации в рекламе. Маркетинговые стратегии. Исследования конкурентов в рекламе. Организационная структура управления маркетинга в рекламе. Понятие организационных сред, их характеристика и взаимосвязь: внутренние факторы (цели, задачи, структура, люди, технология), внешние факторы среды прямого и косвенного воздействия. Значение анализа организационных сред для формирования маркетинговых стратегий. Анализ отрасли и конкурентной ситуации: основные этапы и методы (модель пяти сил конкуренции Портера, модель «продукт-рынок», матрица БКГ, матрица МакКинси на примере средств размещения). Анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании: этапы и методы (модель МакКинси «7С», матрица Вилсона, SWOT-анализ, цепочки ценности).

1.2 МАРКЕТИНГ РЕКЛАМНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Основные модели маркетинга услуг: модель Д.Ратмела, П. Эйглие и Е. Лангеарда, К. Гренруса, М.Битнера, Ф. Котлера. Изучение маркетинговой среды средств размещения. Внутренняя и внешняя среда маркетинга в рекламном деле. Основные результаты анализа внутренней среды в рекламе. Прогнозирование и планирование маркетинговой деятельности в рекламе.. Назначение, состав и структура бизнес-плана в рекламе.. Продуктовая стратегия предприятий рекламного бизнеса. Сбытовая стратегия рекламного предприятия. Продвижение товаров и услуг в рекламе. Рекламная стратегия.

1.3 ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В РЕКЛАМЕ

Природа потребления услуг. Моделирование поведения потребителей услуг. Характеристика типов покупательского поведения пользователей услуг. Этапы поведения потребителя на рынке услуг. Интервалы между ожидаемым и фактическим обслуживанием. Матрица сегментации услуг (потребителей). Матрица сегментации услуг в зависимости от степени участия в обслуживании клиентов представителей предприятия. Типы услуг и сферы их применения. Правильный выбор целевых потребителей. Формирование портфеля клиентов.

Список литературы

1. Федеральный закон «О рекламе», принятый ГД ФС РФ от 22.02.2006г.
2. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учеб. пособие : [гриф УМО]. М. : РИОР : ИНФРА-М, 2013.

3. Интегрированные маркетинговые коммуникации/Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01485-1

4. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 260 с. - ISBN 978-5-394-01831-2.

5 . Алексина С.Б.. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования продаж в розничном торговом предприятии : Конспект лекций. М. : Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2010.

6 . Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : Практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Складар. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 196 с. - ISBN 978-5-394-01090-3

7 . Голубкова Е.Н. ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Гриф УМО ВО] М.: ЮРАЙТ, 2016

8 . Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновац.подходы:Моногр./Христофоров А.В.,Христофорова И.В; под ред. Суглобова. М.: ИЦ РИОР,НИЦ ИНФРА-М,2015.-159 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль) (О) ISBN 978-5-369-01490-5

9. Практикум по дисциплине "Интегрированные маркетинговые коммуникации" / Сост. Е. Н. Голубкова, О. Н. Кудряшова ; Отв.ред. Б. А. Соловьев ; Общ.ред. А. А. Мешков, Б. В. Мусатов, Т. П. Розанова. М. : Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2011.

10. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И. и др. Интегрированные коммуникации. М.: Академия, 2014

11. Хапенков В.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие. М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2010

12. Журналы: “Маркетинг”, “Маркетинг в России и за рубежом”, “Маркетинг и маркетинговые исследования”, “Секрет фирмы”, ”Компания”, ”Индустрия рекламы”.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", БЕСТ-МАРКЕТИНГ (<http://www.bestnet.ru>)

1. MARKETING-ANALITIC (<http://www.curs.ru>)

2. КАСАТКА (<http://www.kasatka.ru>)
3. ИНТЕГРУМ (<http://www.integrum.com>)
4. МЕДИАЛОГИЯ (<http://www.medialogia.ru>)
5. PARK.RU (<http://www.park.ru>)
6. Институт маркетинговых и социальных исследований ГФК «Русь» (<http://www.gfk.ru>)
7. Обзоры от ЗАО «Аналитический центр» (<http://www.analytic-center.ru>)
8. www.mon.gov.ru – Министерство образования РФ

2. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ

«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Сущность коммуникации, социальной коммуникации. Модели коммуникации. Трансмиссионная и интерактивная модели коммуникации. Коммуникативный процесс. Структура коммуникативного акта. Развитие социальных коммуникаций в античности, в Средневековье, в Новое время. Коммуникации в эпоху модерна и постмодерна. Мифологическая модель коммуникации Р.Барта. Типы общественного развития по критерию развития коммуникаций. Межпредметность теории коммуникации. Кибернетический, семиотический, психологический, философский, социологический подходы к теории коммуникации. Социальная семиотика. Общение и коммуникация: сходство и различие в терминологии. Уровни коммуникации: межличностная, массовая, групповая. Теории межличностных коммуникаций Дж. Мида, И. Гофмана, Г. Гарфинкеля. Технологии принятия групповых решений в малой группе. Модели массовых коммуникаций Г.Лассуэла, П.Лазарфельда. Психология толпы Г. Лебона. Виды коммуникаций: вербальные и невербальные, формальные и неформальные. Стили коммуникации. Манипулятивный стиль. Барьеры коммуникации. Разрушение коммуникации по Н. Винеру. Формы коммуникации: устные и письменные. Структура аргументации речи. Черты онлайн и оффлайн коммуникаций. Маркетинговые коммуникации. PR- коммуникации. Коммуникации переговорного процесса. Виды культур в коммуникации по Э.Холлу. Языковая личность. Коммуникативная личность. Коммуникативная компетентность личности.

Список литературы

1. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата. - М.: Издательство «Юрайт», 2018.- 200с.
2. Андреева Г. М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. -М.: Аспект Пресс,2001.- 290 с.
3. Василик М.А. Основы теории коммуникации: Учебник. - М.: Гардарики,2006.- 612 с.
4. Винер Н. Кибернетика и общество. /Перевод Е.Г. Панфилова. М.: Иностранная литература, 1958.- 200с.
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации.- Спб.: Питер, 2011.- 288с.
6. Дейк Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. / Пер. с англ. М., 1989.
7. Жуков Ю.М. Эффективность делового общения. М.: Издательство «Знание», 1988 г. - 64 с.
8. Кастельс М. Галактика Интернет.- Екатеринбург:У-Фактория,2004.

9. Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика. М.: ООО «НИКПЦ Восход -А»,2014.- 328 с.
10. Конецкая В.П. Социология коммуникаций: Учебник. -М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.- 304 с.
11. Лабунская В.А. Невербальное общение: (Социально-перцептивный подход).- Ростов-н/Д: изд-во Ростовского ун-та,1986.- 135 с.
12. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: изд-во «Макет», 1995 г.- 179 с.
13. Лотман Ю.М. Люди и знаки./ В кн. Лотман Ю.М. Семиосфера.- СПб.: Искусство-СПБ, 2010.
14. Луман Н. Общество как социальная система. М.: Логос, 2004.- 232 с.
15. Панфилова А.П. Профессиональная коммуникация в профессиональной деятельности: Учеб. пособие. Спб, 1999.
16. Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации: Учеб. Пособие. Спб, 1992.
17. Стернин И.А., Чарыкова О.А., Попова З.Д. Основы теории языка и речи. Учебное пособие. М.: Флинта.2010. - 97 с.
18. Тоффлер О. Шок будущего.- М.: АСТ,1998.
19. Чанкова Е. В. Коммуникативная компетентность личности в постиндустриальном обществе (теоретико-методологическое исследование): монография.- М.: РГСУ, 2016 г. – 192 с.
20. Шарков Ф.И. Коммуникология: Основы теории коммуникации: Учебник. - М.: Издательско+торговая корпорация «Дашков и К». 2010.- 592 с.
21. Американская социологическая мысль. Тексты. Научное издание. Редактор В.И. Добренков. Издательство Международного университета Бизнеса и Управления, 1996.

3. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

3.1 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК РАЗДЕЛ ПСИХОЛОГИИ

Психология массовых коммуникаций как раздел психологии и социальной психологии; различные трактовки понятия «коммуникация». Соотношения понятий «общение» и «коммуникация». Три стороны в изучении общения. и массовая коммуникация. Типы, виды и формы коммуникации. Межличностная и массовая коммуникации.

3.2 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

История зарубежных и отечественных социально-психологических теорий коммуникаций и их специфика при исследовании средств массовой коммуникации. Специфика теорий массовой коммуникации. Основные теории массовой коммуникации: нормативные, общественно-научные, функциональные. Ценностные аспекты средств массовой коммуникации. Характеристика значения основных ценностей человека, которые определяются средствами массовой коммуникации. Концепции и оценки новых средств массовой коммуникации.

3.3 ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Особенности творчества работников массовой коммуникации. Основные заблуждения о феномене творчества. Социально-психологические эффекты психологии массовых коммуникаций: социальная фасилитация и социальная ингибция. Массовые коммуникации как фактор формирования общественного мнения. Стереотипы, предрассудки, установки и слухи в массовой коммуникации. Мифы в массовой коммуникации. Психологические методы воздействия в массовых коммуникациях. Психология манипуляции в массовых коммуникациях. Психологические особенности и техники формирования имиджа.

3.4 ЖУРНАЛИСТИКА, ПРЕССА, ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ, КИНЕМАТОГРАФ И СЕТЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Психологические основы журналистики. Определение журналистики. Современная журналистика и ее функции. Основные роды, виды и жанры журналистики.

Общая характеристика печатной прессы. Психологические аспекты современной прессы. Тенденции развития и проблемы современной прессы. Цифровые издания: психологические особенности. Психология деятельности информационных и PR-агентств.

Радиовещание: сущность и его специфика психологического воздействия.
Телевидение: сущность и психологические особенности.

Кинематограф в системе массовых коммуникаций. Психологический потенциал киноискусства. Жанры игрового кино: психологическая характеристика. Специфика влияния мультфильмов на детскую психику.

3.5 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

Потребности и мотивы потребительского поведения. Реклама как массовая коммуникация: понятие, цель, задачи, функции. Психологические процессы при восприятии рекламы и их эффективность. Методы психологического воздействия рекламы на потребителя.

Психологические аспекты разработки и реализации медиастратегии. Психологические особенности рекламы на телевидении, на радио и в прессе. Психологические особенности интернет-рекламы. Психологические аспекты формирования медиа микс. Феномен «продакт плейсмент»

Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для вузов/ Н. В. Антонова— Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 373 с.— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510851> (дата обращения: 13.11.2023).

2. Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации: учебник для вузов/ С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510894> (дата обращения: 13.11.2023).

3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов/ О.А. Гулевич. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819> (дата обращения: 13.11.2023).

4. Руденко Андрей Михайлович, Литвинова Анна Валерьевна Психология массовых коммуникаций: учебник – М.: РИОР, 2023, ИНФРА-М — 303 с. — (Высшее

образование).— ISBN: 978-5-369-01663-3, ISBN-онлайн: 978-5-16-102644-1 - Текст: электронный - URL <https://znanium.com/catalog/document?id=428055> (Дата обращения 3.11.2023)

5. Нормативно-правовые документы:
6. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124–1 «О средствах массовой информации».
7. Закон РФ от 8 июля 2006, 398-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
8. Закон РФ от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».
9. Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».
10. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утверждена Президентом РФ 9 сентября 2000 г. № Пр-1895).
11. Перечень сведений конфиденциального характера (утвержден Указом Президента РФ от 6 марта 1997 г. № 188) (СЗ РФ. 1997. № 10. Ст. 1127).
12. Перечень сведений, отнесенных к государственной тайне (утвержден Указом Президента РФ от 30 ноября 1995 г. № 1203).
13. Постановление Правительства РФ от 5 декабря 1991 г. № 35 «О перечне сведений, 27 которые не могут составлять коммерческую тайну».
14. Всеобщая декларация прав человека (принята на третьей сессии Генеральной Ассамблеи ООН 10 декабря 1948 г.).
15. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод от 04.11.1950 (с изм. от 13.05.2004).
16. Международный пакт о гражданских и политических правах от 16.12.1966.

Интернет-ресурсы:

17. Исследовательская компания Mediascope. mediascope.net
18. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга. sostav.ru
19. «AdIndex.ru» — реклама и маркетинг в России и мире. adindex.ru
20. Эспар-Аналитик. Исследования наружной рекламы. – <http://www.espar.ru>
21. «Лаборатория рекламы». Журнал РИП-холдинг. <http://www.advertology.ru/>
22. <http://7st.ru> - 7 Статей.РУ о PR, Маркетинге, Рекламе и Политике.
23. <http://advtime.ru/news/pr.html> - ВремяРекламы: Теория и Практика Рекламы, СМИ, РА и PR.

24. <http://akos-icco.ru> - Ассоциация Компаний-Консультантов в Области Связей с Общественностью (АКОС).
25. <http://www.mlg.ru/> - Медиа-рейтинги коммуникационных агентств, Медиалогия
26. <http://pr-info.ru/> - PR в Российском Контексте.
27. <http://prnews.ru> - Новости компаний и рынка PR.
28. <http://promoplanet.ru/> Новости Профессионалов Промоушн – Реклама, Брендинг, Маркетинг, PR.
29. <http://pronline.ru/> - PR Online.
30. <http://prtime.ru/> - Новости и События Компаний
31. <http://raso.ru/> - РАСО: Российский PR-портал.
32. <http://re-port.ru/> - Отраслевой портал о маркетинге, рекламе и PR.
33. <http://rwr.ru> - Реклама в России, новости PR.
34. <http://smartpr.ru/> - Smart PR: виртуальное PR-агентство и новости PR.
35. <http://sostav.ru/> - Состав: Маркетинг, Реклама и PR.