

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тамбовский государственный технический университет»

ПРИНЯТО

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ФГБОУ ВО «ТГТУ»

приказом ректора ФГБОУ ВО «ТГТУ»

30 сентября 2019 г. (протокол № 11)

30 сентября 2019 г. № 182/5-04

## **ПРОГРАММА**

вступительного испытания для поступающих в 2020 году в магистратуру  
на направление подготовки

### **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

по программе магистратуры

#### **42.04.01.01 Стратегические коммуникации в связях с общественностью и рекламе**

### **Вопросы**

1. Реклама и связи с общественностью: определение понятия.
2. Конструкция социологической анкеты.
3. Характеристика средств и каналов PR-коммуникации.
4. Техника устного выступления в PR-целях.
5. Корпоративная реклама.
6. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций.
7. Типология конфликтных ситуаций.
8. Контент-анализ: методика и сфера применения.
9. Структура и функции рекламного агентства.
10. PR-кампания: основные этапы разработки и осуществления.
11. Организация прикладного социологического исследования.
12. Организация работы PR-службы.
13. Имидж, репутация. Техника позиционирования имиджа организации.
14. Авторское право.
15. Особенности передачи информации в межличностной коммуникации.
16. Психология сопереживания и эмпатия.
17. PR в кризисных ситуациях.
18. Контроль эффективности PR-кампаний.
19. Основные этапы конфликтных взаимодействий.
20. Сравнительная характеристика методов сбора социологической информации.
21. Целевая аудитория PR-сообщения.

22. Причины ситуативной лжи и методы измерения искренности респондентов.
23. Роль обратной связи в СМИ, ее формы.
24. Механизмы межличностного восприятия.
25. Специальные PR-события: планирование и организация.
26. Методы урегулирования кризисных и конфликтных ситуаций.
27. Профилактика и управление конфликтами: возможности и ограничения.
28. Фокус-групп: методика и сфера применения.
29. Стратегия и тактика информационных кампаний. Понятие паблисити фирмы.
30. Эффективность журналистской деятельности.
31. Основные показатели и методы медиапланирования.
32. Основные константы фирменного стиля. Корпоративный имидж.
33. Неформальное общение как инструмент PR-коммуникации.
34. Стратегия и тактика переговоров в деятельности PR-служб.
35. Социальная ответственность фирмы.
36. Организация и ее информационная среда.
37. Учредители СМИ.
38. Ключевые субъекты рекламного процесса, их характеристики.
39. Информационные жанры журналистики.
40. Избирательные PR-технологии.
41. Средства массовой информации как каналы массовой коммуникации.
42. Техника позиционирования объекта рекламы.
43. Современные компьютерные технологии в PR.
44. Социологические методы в практике PR.
45. Аналитические жанры журналистики.
46. Пресс-центр, его функции.
47. Пресс-конференции, брифинги и другие мероприятия для журналистов.
48. Технические средства в журналистском творчестве.
49. Журналистское творчество как профессиональная деятельность.
50. Документализм как творческий метод журналистики.
51. Психология журналистского творчества.
52. Политические PR.
53. Художественно-публицистические жанры журналистики.
54. PR в системе маркетинга.
55. Профессионально-этические правила и нормы регулирования поведения журналиста.
56. Принципы подготовки и проведения представительских мероприятий.
57. Экспертные коммуникации: «круглый стол», конференция, форум.
58. Планирование рекламной кампании в СМИ.
59. Функции журналистики.
60. Современное российское законодательство о СМИ, рекламе и PR.
61. Основные свойства радиовещания.
62. Основные свойства телевидения.
63. Телевизионный монтаж, его назначение и виды.

## Литература

1. Агеева, Л. Г. Конфликтология: краткий теоретический курс: учебное пособие / Л. Г. Агеева. - Ульяновск: УлГТУ, 2010. - 200 с. <http://window.edu.ru>
2. Антипов, К.В. Основы рекламы. [Электронный ресурс] : Учебники — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2015. — 328 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/56265> — Загл. с экрана.
3. Блюм М.А. Управление конфликтами в коммерческой деятельности: учебное пособие / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2011. - 104 с. <http://window.edu.ru/resource>
4. Борисова Е.Г. Язык общественно-политической коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие для магистратуры по специальности «Реклама и связи с общественностью»/ Борисова Е.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26673>.— ЭБС «IPRbooks».
5. Бреус Е.Д. Психология конфликта: Учебно-методический комплекс к спецкурсу/Е.Д.Бреус. – М, 2006. <http://window.edu.ru>
6. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 256 с. – 5 шт.
7. Годин, А.А. Интернет-реклама: Учебное пособие. [Электронный ресурс] : Учебные пособия / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 168 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/929> — Загл. с экрана.
8. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15362>.— ЭБС «IPRbooks».
9. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Гринберг Т.Э.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9021>.— ЭБС «IPRbooks».
10. Гумплович, Л.Г. Основы социологии. [Электронный ресурс] : Монографии — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2014. — 366 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47036> — Загл. с экрана.
11. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks».
12. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс]: основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов/ Иншакова Н.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21069>.— ЭБС «IPRbooks».
13. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: Проект, 2009. - 511 с. - 25 шт.
14. Лебедева, Л.В. Психология рекламы. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 126 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/20288> — Загл. с экрана.

15. Назайкин А. Медиарилейшнз на 100% [Электронный ресурс]: искусство взаимодействия с прессой/ Назайкин А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 412 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43693>.— ЭБС «IPRbooks».
16. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / составитель И.А. Манахова. – Ульяновск: Ул-ГТУ, 2010 г. – 182 с. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/library/pdf2txt/592/74592/54202>
17. Сайкин Е.А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сайкин Е.А., Сергеева З.Н.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 84 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44973>.— ЭБС «IPRbooks».
18. Татарина Г.Н. Современная пресс-служба: учебное пособие. [Электронный ресурс] / Г.Н. Татарина - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. - 79 с. Режим доступа: [http://window.edu.ru/window/library?p\\_rid=62424&p\\_rubr=2.2.73.8](http://window.edu.ru/window/library?p_rid=62424&p_rubr=2.2.73.8) - Загл. с экрана.
19. Торгунакова, Е.В. История рекламы: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО САУ, 2008. — 177 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63762> — Загл. с экрана.
20. Ушанов, П.В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и Public relations. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2012. — 80 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/20244> — Загл. с экрана.
21. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие [Электронный ресурс]. - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. - 76 с. - Режим доступа: [http://window.edu.ru/window/catalog?p\\_rid=62257&p\\_rubr=2.2.76.2](http://window.edu.ru/window/catalog?p_rid=62257&p_rubr=2.2.76.2).- Загл. с экрана.
22. Чехов, А.П. Реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2013. — 1 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/22882> — Загл. с экрана.
23. Чудинов, А.П. Основы теории коммуникации: практикум. [Электронный ресурс] : Учебные пособия / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 153 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/44136> — Загл. с экрана.
24. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 184 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21062>.— ЭБС «IPRbooks».
25. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с экрана.
26. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2011. — 336 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/961> — Загл. с экрана.

27. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10932>.— ЭБС «IPRbooks».
28. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (6-е издание) [Электронный ресурс]: учеб-ник/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 330 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24804>.— ЭБС «IPRbooks».
29. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе. [Электронный ресурс] : Учебники — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2012. — 348 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/3585> — Загл. с экрана.