



**Перечень вопросов вступительного экзамена для поступления в магистратуру  
по направлению “Реклама и PR” на 2019 – 2020 уч.год**

1. Законы о рекламе РФ и РА. Механизмы государственного и общественного контроля рекламной деятельности
2. Роль и значение рекламы в современном мире
3. Античная культура и формы рекламной деятельности Древнего мира
4. Рекламный процесс и участие в нем выдающихся деятелей искусства и литературы
5. Психологические методы воздействия в рекламе
6. Психология потребительского поведения
7. Мотивационный анализ рекламной деятельности
8. Социально-психологический подход к рекламе
9. Видовые особенности политической рекламы
10. Структура и виды имиджа
11. СМИ как канал распространение имиджа
12. Плюсы и минусы рекламы на радио и ТВ
13. Основные средства распространения рекламы, их достоинства и недостатки
14. Типы потребностей потребителей
15. Создание текста. Три основных элемента эффективного рекламного объявления
16. Какие виды интернет рекламы существуют?
17. Таргетинг в Интернет рекламе. Системы сбора персональных данных
18. Понятие “Социальная инженерия”. Умение строить деловые и личные отношения
19. Выбор типа рекламной стратегии на основании целей
20. Формирование рекламной стратегии. Рекламная стратегия и творческий комплекс
21. Ключевые элементы рекламного объявления. Роль иллюстрации
22. Бренд – коммуникации
23. Маркетинг и коммуникации маркетинга на глобальном рыночном пространстве
24. Понятие, сущность и задачи рекламы
25. Реклама в системе маркетинговых концепций
26. Цели и план рекламной кампании
27. Понятие эффективности в рекламе: ее коммуникативная и экономическая составляющие
28. Основные факторы, формирующие спрос на внутреннем и внешнем товарных рынках
29. Методы социологического исследования в рекламной деятельности: опрос и принципы составления анкеты
30. Методы социологического исследования в рекламной деятельности: контент анализ, фокус группа, наблюдение
31. Социальные группы в контексте рекламной деятельности



32. Коммерческий PR
33. Корпоративный PR
34. Особенности кризисных коммуникаций
35. Культурологическая и маркетинговая концепция рекламы
36. Процесс рекламной деятельности как коммуникативный феномен: его основные звенья и этапы
37. Социальные сферы рекламной деятельности. Основные разновидности рекламы: торговая, политическая, социальная и т.д
38. Социальная реклама
39. Жанры и виды политической рекламы.
40. Экономические, политические, идеологические и социальные предпосылки возникновения и становления ПР как науки и профессии
41. Цели и функции ПР
42. ПР – цели для различных целевых аудиторий: сотрудников, клиентов, правительственных структур, общества в целом
43. Социологические модели коммуникации. Применение в рекламе
44. Семиотические модели коммуникации. Применение в рекламе
45. Особенности медиапланирования для различных коммуникационных каналов (электронные СМИ, радио, телевидение, печатные издания, наружная реклама)
46. Использование компьютерных технологий в медиапланировании

## Литература

1. Ядов В.А., Социологическое исследование: методология, программа, методы - М.: Наука, 1972.
2. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. - М.: Феникс, 1998. - 688 с.
3. Фролов С.С. Социология, 3-е изд., доп. - М.: 2000. - 344 с.
4. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности: Учебник. — М.: Гардарики, 2002. — 272 с.
5. А. С. Кармин, Психология рекламы, ДНК, 2004
6. Песоцкий Е. , Реклама и психология потребителя , Феникс, 2004 г.192 стр.
7. Лисовский С.Ф., Политическая реклама, М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000
8. Перельгина Е.Б. Психология имиджа, М.: Аспект Пресс, 2002. — 223 с.
9. Ольшанский Д.В., Политический PR, СПб: "Питер", 2003. - 544 с.
10. Асриян Э. В., Психологические особенности феномена имиджа  
<http://ysu.am/files/%20%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%84%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0%20%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6%D0%B0.pdf>
11. Почепцов Г.Г. Имиджелогия, К. : 2002. - 574с.
12. Маркони Дж. PR: полное руководство, Джо Маркони; Пер. с англ. Д. Р. Геренава, Ю. П. Леоновой. — М.: Вершина, 2006. — 256 с.
13. Сайтэл, Фрэйзер П., Современные паблик рилейшнз, М.: Инфра-М; Издание 8-е, 2002 г 592 страниц;
14. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности, Учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 414 с.
15. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое?, М., 1990. – 240 стр.
16. Д.Ньюсом, Т.Дж.ВанСлайк, К.Дин, Все о PR: Теория и практика паблик рилейшнз, Пер. с англ. О.В.Дубицкой, И.В.Карцевой, В.А.Лисова и др, 7-е изд. изд. Имидж, 2001, 627 страниц.
17. Харрисон Ширли. Связи с общественностью: Вводный курс, изд: Издательский Дом «Нева» - 2003, 368стр.
18. Скотт Д. Новые правила маркетинга и PR, изд. Альпина Паблишер, 2013 г., 349 стр.
19. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью, Москва: Дело, 2006. — 552 с.



20. Արամ Է.Է., Աճաիր Օ.Օ. Նիճարագրայ ծաեեսիւն. "Էջն. Ար Արաարւ", 1995թ.
21. Росситер Дж. Р., Перси Л., Реклама и продвижение товаров
22. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С., Реклама: принципы и практика
23. Фрэнк Дж., Реклама : Учеб. пособие /
24. Джером А., Бонни Дж., Дрюниани Л. , Творческие стратегии в рекламе
25. Томас Гуинн, Крис Ален Реклама и продвижение бренда
26. Лейн, Рассел Реклама, изд-во Питер
27. Клод Хопкинс Научная реклама Питер 2002г
28. Իրծար, Ա.Իծեռ՝աճա Ծաեեսիւնն ա օօծեցիւնն Է իծարծա. Իեօննն Գրեեսիւնն 2004թ.
29. Дэвид Огилви. Огилви о рекламе. Eksmo Education. Москва. 2007
30. Дэвид Огилви. Откровения рекламного агента. Eksmo Education. Москва. 2007
31. Роль рекламы в создании сильных брендов. Под редакцией Джона Филипа Джоунса. Издательский дом «Вильямс». Москва – СПб – Киев. 2005
32. Аакер Д. А., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: Новая концепция брендинга / Пер. с англ. — М.: Издат. дом Гребенникова, 2003.
33. Дирлав Дез, Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир, М., «Олимп-Бизнес», 2007 г.,
34. Ж.-М. Дрю Ломае стереотипы
35. Россер Ривз ,Реальность в рекламе
36. Билл Бернбах Тысяча и одна грань рекламы
37. Аакер Д. А. Создание сильных брендов / Пер. с англ. М.: Издат. дом Гребенникова, 2008
38. Ф. Котлер, И.Рейн, М. Хемлин, М. Столер "Персональный брендинг" М., "Гребенников" 2006
39. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама. Принципы и практика. СПб.: Питер, 2008 г..
40. Музыкант В.Л. – Реклама в действии. История, аудитория. Приемы – М: EKSMO Education, 2007 г.
41. Панкратов Г., Т.К. Серегина – Рекламная деятельность – М: UBD "Маркетинг", 1998 г.
42. Ромат В – Реклама, 2-ое изд. – СПб: «Питер», 2008 г.



**ИНСТИТУТ**  
МЕДИА, РЕКЛАМЫ  
И КИНО



[www.imrk.rau.am](http://www.imrk.rau.am)

**РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

0051, Армения, Ереван, 123, ул. Овсепя Эмина | т.: (+374 10) 27-24-90 | ф.: (+374 10) 22-14-63 | [imaf@rau.am](mailto:imaf@rau.am)