

Примерный перечень вопросов для подготовки к ГИА
по программе бакалавриата,
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
профиль «Интегрированные коммуникации»
2025-2026 учебный год

1. Раскройте содержание понятия «коммуникация». Назовите основные подходы к исследованию коммуникации, виды коммуникаций, основные элементы и этапы коммуникационного процесса.
2. Характеристика концептуальных оснований для теоретических моделей коммуникаций.
3. Характеристика функциональных оснований для прикладных моделей коммуникаций.
4. Объясните технологические и гуманитарные особенности информационного общества.
5. Массовое сознание: основные подходы в изучении, характеристика аудитории, специфика массовой коммуникации, способы влияния.
6. Опишите феномены массовой коммуникации: «волшебная пуля», социальное научение, культивирование.
7. Опишите феномены массовой коммуникации: социализация, использование и удовлетворение, навязывание повестки дня.
8. Опишите феномены массовой коммуникации: конструктивизм, спираль молчания, конспирология.
9. Раскройте знаково-символические основания коммуникаций: подходы в изучении символа, виды символов, символическая технология брендинга.
10. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК): причины появления, основные элементы, возможности и ограничения использования, модель PESO.
11. Обзор актуальных коммуникационных активностей собственных медиа (owned media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.
12. Обзор актуальных коммуникационных активностей платных медиа (paid media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.

13. Обзор актуальных коммуникационных активностей вирусных медиа (shared media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.
14. Обзор актуальных коммуникационных активностей заработанных медиа (earned media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.
15. Общие правовые требования к рекламе и PR. Особенности правового регулирования рекламной и PR-деятельности в России.
16. Характеристика рекламной коммуникации. Реклама как ретранслятор стереотипов: исторические контексты и этические аспекты. Рекламная коммуникация в виртуальном пространстве.
17. Особенности коммерческой, политической и социальной рекламы: заказчики, технологии, аудитории, классификация рекламных средств.
18. Правовые и этические требования к производству и размещению рекламы в медиaprостранстве России.
19. Специфика, качественные и количественные методы исследований в сфере рекламы.
20. Эволюция, коммуникационные каналы, инструменты, области и стратегии применения цифрового маркетинга.
21. Антикризисный PR и GR: особенности, технологии, примеры.
22. Использование «черного PR» в медиaprостранстве России: технологии, примеры, риски.
23. Принципы и стратегии антикризисных коммуникаций. Требования по подготовке к действиям в кризисной ситуации.
24. Информационная война: сущность, методы ведения, способы защиты и противодействия.
25. Государство: понятие, отличительные признаки как политической организации и инструмента публичной власти, атрибуты.
26. Эволюции концепции брендинга и бренд-менеджмента; идентичность, портфель, архитектура, модель разработки и управления брендом, защита и оценка стоимости элементов бренда.
27. Общее представление о медиа: понятие, история развития, способы влияния на аудиторию.

28. Государство: понятие, отличительные признаки как политической организации и инструмента публичной власти, атрибуты.
29. Новые медиа: особенности, технологии, безопасность, перспективы.
30. Структура медиакомпаний и функционал основных подразделений.

Основная литература:

1. Кафтан, В. В. Теория и практики массовых коммуникаций : учебник / В. В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2024. — 453 с. — ISBN 978-5-406-12607-3. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/951874> (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.
2. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. : ил. — (Учебники Высшей школы экономики). — ЭБС Университетская библиотека online. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555976> (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.
4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 7-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 488 с. - ISBN 978-5-394-05111-1. - ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082722> (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

5. Английский язык. Медиакоммуникации и журналистика = English for Mediacommunication and Journalism : учеб. для напр. бакалавриата «Журналистика», «Медиакоммуникации» / К. И. Хомутский, А. А. Левина, А. А. Хавронич [и др.] ; под ред. К. И. Хомутского. — Москва : КноРус, 2023.

— 200 с. — ISBN 978-5-406-10727-0. — ЭБС BOOK.RU. — URL:
<https://book.ru/book/947063> (дата обращения: 31.05.2024). — Текст :
электронный.

6. Кафтан, В.В. Концепции, практики и технологии современных
медиа: учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Реклама и
связи с общественностью" / В.В. Кафтан; Финуниверситет. — Москва:
Кнорус, 2022. — 514 с.: ил. — (Бакалавриат и магистратура). — Текст :
непосредственный. - То же. - 2023. - ЭБС BOOK.ru. - URL:
<https://book.ru/book/949207> (дата обращения: 31.05.2024). — Текст :
электронный.

7. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для
государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П.
Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с.
— (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI
10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. – ЭБС ZNANIUM. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1904453> (дата обращения: 31.05.2024). –
Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети интернет

Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека
ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Лань
<https://e.lanbook.com/>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»
<https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>