

## **ВСТУПИТЕЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ ПО МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЕ**

### **«ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Абитуриент должен:**

- Продемонстрировать знания в области рекламы и связей с общественностью.
- Иметь общие представления о коммуникационной индустрии.
- Понимать специфику коммуникаций в цифровой среде и инструментов веб-аналитики.
- Продемонстрировать базовые знания теоретических основ и методов коммуникационных исследований.

### **Перечень вопросов для подготовки по магистерской программе «ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

1. Междисциплинарность исследований в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью
2. Проблематика объекта и предмета исследования в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью
3. Коммуникационная деятельность как универсальная категория и объект исследования: подходы, методы, базовые источники.
4. Технологии интернет-рекламы и связей с общественностью как универсальное и междисциплинарное понятие. Подходы к типизации, структура.
5. Проблематика валидности информации (данных, результатов) в исследованиях в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
6. Кабинетные исследования в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью: цели, объекты, методы, результаты.

7. Семантический анализ современного состояния рынка интернет-рекламы.
8. Понятие «среды» как предмета изучения в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
9. Экономико-статистические методы обработки результатов исследований и оценки эффективности в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
10. Машинные методы сбора информации в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
11. Технологии Big Data в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
12. Современные методы сбора данных медиаметрических показателей в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
13. Программное медиапланирование в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
14. Роль и место конкурентного анализа в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью: методы и принципы.
15. Понятие «стратегия» в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
16. Кабинетные исследования в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью: методики, объекты, тенденции.
17. Применение алгоритмов в исследованиях интернет-рекламы и связей с общественностью: методики, объекты, тенденции.
18. Тенденции в изменениях потребительского поведения, их отражение в коммуникационных практиках.
19. Методы изучения управленческих процессов в сфере интернет-рекламы и связей с общественностью.
20. Организационная и корпоративная культура в контексте интернет-рекламы и связей с общественностью: вопросы законодательства о персональных данных

**Учебно-методическое и информационное обеспечение вступительных испытаний по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

1. Шарков Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 260 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo>
2. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <http://znanium.com/catalog/product/550748>
3. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — <http://znanium.com/catalog/product/910391>
4. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). <http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>
5. Васильев Геннадий Анатольевич  
Электронный бизнес и реклама в Интернете / Васильев Г.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 183 с.: ISBN 978-5-238-01346-6  
<http://znanium.com/catalog/product/883932>
6. Агарков А. П. Управление инновационной деятельностью / Агарков А.П., Голов Р.С. - М.:Дашков и К, 2017. - 208 с.: ISBN 978-5-394-02328-6  
<http://znanium.com/catalog/product/512013>
7. Померанцев Григорий Николаевич Проектное управление в коммерческой и публичной сферах : учебник / под общ. ред. Х.А. Константиныди. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 364 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/catalog/product/908082>
8. Пономарева Александра Михайловна. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. <http://znanium.com/catalog/product/910391>