

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НИЖНЕВАРТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Председатель приемной комиссии  
ФГБОУ ВО «НВГУ», ректор  
С.И. Горлов  
**18 октября 2022 г.**



**ПРОГРАММА**

**проведения вступительных испытаний для поступающих на базе профессионального образования на программу бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)»**

**(Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности)**

**программа согласована на заседании Совета гуманитарного факультета  
«20» октября 2022 года, протокол №11  
Нижевартовск, 2022**

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Прием на обучение по программам бакалавриата проводится в соответствии Правилами приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата в ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет» на 2023-2024 учебный год.

Абитуриент, поступающий на направление **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** по вступительному испытанию **«Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности»**, должен иметь документ о профессиональном образовании.

Программа вступительного испытания для поступающих на направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по образовательным программам среднего профессионального образования: **42.02.01 «Реклама»**.

### **Форма проведения вступительного испытания**

Вступительное испытание проводится в форме компьютерного тестирования, с использованием 100-бальной системы оценивания. Экзаменационная работа состоит из 50 тестовых заданий. Успешное выполнение одного тестового задания оценивается в два балла. Максимальное количество баллов, которое может набрать абитуриент – 100. Минимальное количество баллов для дальнейшего участия абитуриента в конкурсе – 30. На решение задач данного контрольного мероприятия отводится 60 минут (без перерыва).

Вступительное испытание проводится на русском языке.

### **1. Содержание основных разделов**

Программа включает основные вопросы разделов: «Правовое регулирование рекламной деятельности», «Понятие маркетинга. История становления», «Маркетинговая среда организации. Сегментация рынка», «Маркетинговая политика организации. Маркетинговые исследования рынка».

#### **Раздел 1. Правовое регулирование рекламной деятельности**

Правовое регулирование рекламной деятельности за рубежом. Международный кодекс рекламы: основные принципы и нормы. Российское законодательство о регулировании рекламной деятельности. Общие требования к рекламе: добросовестность, достоверность, пристойность. Ответственность за нарушение российского и международного законодательства по рекламе. Государственное регулирование рекламной деятельности.

#### **Раздел 2. Понятие и сущность маркетинга. История становления**

Сущность и характерные черты современного маркетинга, история его развития. Комплекс маркетинга: понятие комплекса маркетинга, составляющие комплекса маркетинга. Возникновение маркетинга, его развитие и его становление как науки за рубежом и в России. Основные концепции развития маркетинга: понятие маркетинговой концепции, производственная, товарная, сбытовая, концепция традиционного маркетинга и социально-этического маркетинга. Маркетинг взаимодействия: понятие, сущность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу. Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду.

### **Раздел 3. Маркетинговая среда организации. Сегментация рынка**

Микросреда как объект маркетинговой деятельности: поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты, контактные аудитории. Макросреда как объект маркетинговой деятельности: основные характеристики макросреды, демографические факторы, экономико-правовые факторы, природные факторы, научно-технические факторы и факторы культурной среды общества. Сегментация рынка: понятие, цели, задачи, критерии и принципы сегментации.

### **Раздел 4. Маркетинговая политика организации. Маркетинговые исследования рынка**

Виды, цели и задачи маркетинговой политики организации. Виды, цели и задачи маркетинговой политики организации. Стратегии ценообразования. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - их цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС). Характеристика компонентов ФОССТИС. Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании маркетинговых коммуникаций. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной компании. Связи с общественностью: общий обзор.

#### **Литература**

1. Карпова, С.В. Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С.В. Карпова; под общей редакцией С.В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 408 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-08748-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487560>.

2. Поляков, В.А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.А. Поляков, А.А. Романов. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 514 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10539-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475820>.

3. Семенова, Л.М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л.М. Семенова. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 141 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11529-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475682>.

4. Синяева, И.М. Маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 495 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12516-0. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476744>.

5. Синяева, И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 552 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15083-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487158>.

6. Трищенко, Д.А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д.А. Трищенко. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 177 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476302>.