

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

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**

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».

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 в соответствии с направленностью (профилем) программ бакалавриата.

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 – 40. 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 ФОСТИС. 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>.