

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
Высшего образования «Кубанский государственный технологический  
университет» (ФГБОУ ВО «КубГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Председатель приемной комиссии КубГТУ,  
Врио ректора КубГТУ, профессор

  
М.Г. Барышев

«30» октября 2021 г.

## ПРОГРАММА

профильного вступительного испытания по предмету  
«Техника и технологии (по отрасли)

для поступающих на базе среднего профессионального образования  
по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

**Раздел 1. Разработка и реализация рекламной кампании фирмы.** Понятие рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Процесс создания рекламной кампании и его участники. Закон о рекламе. План рекламной кампании. Выбор рекламной стратегии и тактики. Медиапланирование и выбор средств рекламы. Оценка эффективности рекламной кампании.

**Раздел 2. Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций.** Способы, виды, индукторы рекламы. ATL и BTL реклама. POS-материалы. Специальные мероприятия (Special events) в системе маркетинговых коммуникаций. Цели деятельности в области рекламы. Факторы развития рекламы. Участники рекламного процесса. Направления деятельности финансовых PR. Политический PR. Коммерческий PR. Комплексные задачи PR-подразделения в коммерческой структуре. Направления деятельности связей с общественностью. Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организации личных продаж.

**Раздел 3. Технология разработки рекламного продукта.** Характеристика основных видов и средств рекламы. Рекламный текст, игровые приемы создания рекламного текста. Контраст, выравнивание, приближенность, повторение – четыре основных принципа рекламного дизайна. Дизайн с использованием шрифтов, основы типографики, контраст шрифтов. Принципы создания фирменного стиля.

**Раздел 4. Компьютерные технологии и информатика.** Информатика, информация, данные. Системы счисления, логика. Устройство ПК. Периферийные устройства. Информационные системы и технологии. Программное обеспечение. Базы данных. Алгоритмизация. Компьютерные сети и защита информации.

Мультимедийные и гипертекстовые технологии обработки и представления информации. Интернет-технологии. Интеллектуальные информационные технологии.

**Раздел 5. Создание основных видов рекламных продуктов.** Особенности создания радио- и телерекламы. Полиграфия: фирменные бланки, папки, конверты, пресс-релиз, бэкграундер, буклеты. Правила создания интернет-рекламы: визуальный ряд, принципы размещения. Наружная реклама. Сувенирная рекламная продукция.

### **Основная литература:**

#### **Раздел 1:**

1. Варакута С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие / С. А. Варакута. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 207 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=367327>

2. Тимофеев М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М.И. Тимофеев. – М.: ИЦ РИОР, 2018. – 192 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=372209>

3. Казаков С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме [Электронный ресурс]: монография / С. П. Казаков. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. – 98 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=352668>

4. Гуриева С.Д., Почебут Л.Г. Социальная психология общения: теория и практика [Электронный ресурс]: учебник / С.Д. Гуриева, Л.Г. Почебут. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 389 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=360553>

5. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Вузовский учебник, 2020. – 238 с. Режим доступа: – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=350961>

6. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 486 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358566>

#### **Раздел 2:**

1. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, И.М. Синяева, Поляков В.А. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 384 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=372535>

2. Музыкант В.Л. Реклама: учеб. пособие / В.Л. Музыкант. – М.: РИОР, 2019. – 208 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=354352>

3. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие / Ф. Джефкинс. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 543 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=341946>

4. Башкарев А.А. Основы PR / А.А. Башкарев. – СПб: СПГПУ им. «Петра Великого», 2017. – 94 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105492>

5. Синяева И.М. PR в сфере коммерции: учебник / И.М. Синяева. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 219 с. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=363187>

### **Раздел 3:**

1. Ким М.Н., Пак Е.М. Жанры печатных и электронных СМИ: учебник для ВУЗов. Стандарт третье поколение [Электронный ресурс]. – СПб: Питер, 2020 – 448 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=385428>

2. Романов А.А. Разработка рекламного продукта: учеб. пособие [Электронный ресурс]. М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2019. – 256 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355021>

3. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415337>

4. Васильев Г.А. Технологии производства рекламной продукции: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – М.: Вузовский учебник, 2019. – 272 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=354512>

### **Раздел 4:**

1. Просолович А.А. Компьютерные технологии и информатика: учеб. пособие / А.А. Просолович. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2012. – 130 с. – Режим доступа: [https://knastu.ru/media/files/posobiya\\_files/\\_tekhnologii\\_i\\_informatika\\_dI6cgH.pdf](https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_tekhnologii_i_informatika_dI6cgH.pdf)

2. Гаврилов М.В. Информатика и информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования / М.В. Гаврилов, В. А. Климов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 383 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-03051-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/433276>

3. Информационные технологии: учеб. пособие / Л. Г. Гагарина, Я. О. Теплова, Е. Л. Румянцева, А. М. Баин; под ред. Л. Г. Гагариной. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. – 320 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=354929>

4. Федотова Е. Л. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учеб. пособие / Е.Л. Федотова. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 367 с. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=379718>

### **Раздел 5:**

1. Бацюн Н. В. Менеджмент в рекламе [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.В. Бацюн. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. – 175 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=370537>

2. Джефкинс Ф. Реклама [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс ; под ред. Б.Л. Еремина. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 543 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=341946>

3. Романов А. А. Разработка рекламного продукта [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. – 256 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355021>

4. Герасимов Б. И. Виды и средства распространения рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. – 128 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=363551>

5. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р. И. Мокшанцев. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 232 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=367322>

Директор ИФН, доцент

В.Ю. Карандей

Председатель методической  
комиссии ИФН, доцент

Н.Ю. Беликова