

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА
ФИЛОСОФСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Задание вступительного испытания
по рекламе и связям с общественностью – 2021 год

Вариант № 1

Вам необходимо дать развернутый письменный ответ на два вопроса, продемонстрировав знание материала, соответствующего программе вступительного испытания, а также способность анализировать проблемы отрасли рекламы и связей с общественностью и аргументировать собственную точку зрения. Ответ должен быть написан самостоятельно и не содержать заимствования чужого текста.

Ответ на первый вопрос подразумевает анализ как минимум двух аспектов теории и практики рекламы и связей с общественностью, указанных в вопросе. Вы должны раскрыть содержание ключевых понятий, изложить их практический смысл и привести хотя бы один пример решения связанной с вопросом задачи.

Ответ на второй вопрос подразумевает аргументацию собственной позиции на основе знания теории и практики рекламы и связей с общественностью.

1. Новостной менеджмент как коммуникационная стратегия (пример кейса).

2. Что самое важное, на Ваш взгляд, при выборе инфлюенсера в коммуникационном проекте?

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА
ФИЛОСОФСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Задание вступительного испытания
по рекламе и связям с общественностью – 2021 год

Вариант № 2

Вам необходимо дать развернутый письменный ответ на два вопроса, продемонстрировав знание материала, соответствующего программе вступительного испытания, а также способность анализировать проблемы отрасли рекламы и связей с общественностью и аргументировать собственную точку зрения. Ответ должен быть написан самостоятельно и не содержать заимствования чужого текста.

Ответ на первый вопрос подразумевает анализ как минимум двух аспектов теории и практики рекламы и связей с общественностью, указанных в вопросе. Вы должны раскрыть содержание ключевых понятий, изложить их практический смысл и привести хотя бы один пример решения связанной с вопросом задачи.

Ответ на второй вопрос подразумевает аргументацию собственной позиции на основе знания теории и практики рекламы и связей с общественностью.

- 1. Специфика радио-рекламы (на примере Китая).**
- 2. Какие традиции национальной культуры Китая, на Ваш взгляд, используются информационными агентствами КНР?**