

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА  
ФИЛОСОФСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

---

**Задание вступительного испытания  
по рекламе и связям с общественностью – 2022 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 амбассадора бренда?**

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА  
ФИЛОСОФСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

---

**Задание вступительного испытания  
по рекламе и связям с общественностью – 2022 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 современного продвижения бренда (на примере Китая).
2. Какие традиции национальной культуры Китая, на Ваш взгляд, используются в конструировании сайтов бизнес-корпораций в КНР?