

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА И.Г. ПЕТРОВСКОГО»
(БГУ)
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций

ПРОГРАММА

**вступительных испытаний по правовому и экономическому
обеспечению рекламной деятельности**

Брянск, 2023

Пояснительная записка

Вступительные испытания по правовому и экономическому обеспечению рекламной деятельности проводятся с целью объективного выявления знаний абитуриентов и ориентированы на программу изученных курсов: «Правовое регулирование рекламной деятельности» и «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности».

1. Абитуриент должен *продемонстрировать*:

- юридические основания для организации деятельности и представления её результатов; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; правовые нормы для оценки результатов решения задач;

- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

- демонстрирует знание тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

2. Абитуриент должен *уметь*:

- формулировать задачи в соответствии с целью проекта; определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию;

- умеет определять совокупность экономических факторов, регулирующих развитие медиабизнеса на глобальном, национальном и региональном уровнях, использовать экономические знания и знания в области медиаменеджмента в профессиональной деятельности.

3. Абитуриент должен *владеть*:

- навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности;

- способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

- владеет способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики основных механизмов и процессов управления в области медиаменеджмента.

Сведения по правовому и экономическому обеспечению рекламной деятельности

1. Предмет и принципы правового регулирования рекламно-информационной деятельности.
2. Правовое обеспечение рекламы. ФЗ РФ «О рекламе» как основной регулятор рекламно-информационной деятельности в России.
3. Значение Гражданского кодекса РФ в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью.
4. Участники рекламной деятельности и их правовое положение.
5. Правовая защита конкуренции в России.
6. Взаимодействие со СМИ в рамках рекламной и PR-деятельности.
7. Правовое регулирование средств индивидуализации.
8. Сущность и содержание экономики и менеджмента в рекламной индустрии.
9. Внешняя и внутренняя среда медиабизнеса. Информационный рынок.
10. Эволюция менеджмента. Международные модели менеджмента.
11. Стратегическое и оперативное управление в рекламной индустрии.
12. Финансовая политика медиабизнеса.
13. Управленческие решения в медиаменеджменте.
14. Власть, влияние и лидерство в медиаменеджменте. Организационные изменения.