

# **Международная олимпиада молодежи**

**Перечень, содержание тем и литература  
по направлению  
«ЖУРНАЛИСТИКА,  
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ, РЕКЛАМА И  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»  
для учащихся 10 – 11-х классов**

**Москва - 2015**

## **Профиль: Журналистика**

### **Темы для самостоятельной подготовки:**

1. Терминология журналистики и медиакоммуникаций.
2. Основы композиции в журналистике.
3. Storytelling (сторителлинг, искусство рассказа).
4. Искусство задавать вопросы.

### **Учебная и справочная литература для самостоятельной подготовки:**

1. Мисонжников Б.Я., Тепляшина А.Н. Журналистика. Введение в профессию. – СПб.: Питер, 2014.
2. Мария Лукина. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003.  
<http://www.universalinternetlibrary.ru/book/12116/ogl.shtml>
3. Розенталь Д.Э. Пишите, пожалуйста, грамотно! Пособие по русскому языку. — М.: Астра, 1994.

## **Профиль: Медиакоммуникации**

### **Темы для самостоятельной подготовки:**

1. Информационные технологии в постиндустриальном обществе.
2. Основные цели, для достижения которых используются СМИ.
3. Миссия профессиональной деятельности в медиасфере.
4. Формирование концепции медиапроекта.

### **Учебная и справочная литература для самостоятельной подготовки:**

1. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Концепция современного периодического издания: учебно-методическое пособие. - М.: Медиамир, 2012.
2. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. - М.: 2006.
3. Медиасистема России. Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2015.
4. Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. - М.: 2009.

## **Профиль: Реклама и связи с общественностью**

### **Темы для самостоятельной подготовки:**

1. Социальные коммуникации и маркетинговые коммуникации.
2. Реклама и связи с общественностью. Основные определения.
3. Основные вехи истории рекламы и связей с общественностью.
4. Бренд и брендинг.
5. Логотип, слоган.
6. Позиционирование продукта и сегментирование аудитории.

### **Учебная и справочная литература для самостоятельной подготовки:**

1. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. - М.: 2013.
2. Евстафьев Д. Г. Интегрированные коммуникации как глобальная реальность XXI века». 500 тезисов об интегрированных коммуникациях. - М.: Э.РА, 2013.
3. Костина А. В.. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. / Изд. 2-е, перераб. и доп. — М.: Едиториал УРСС, 2005.
4. Котлер, Ф., Асплунд, К., Рейн, И., & Хайдер. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: 2005.
5. Основы теории коммуникаций. Под ред. Проф. М.А. Василица. М.: Гардарики, 2006.

6. Савельева О. О. Социологические и социокультурные аспекты рекламной технологии. - М.: МПГУ им. Ленина, 2009.
7. Савельева О.О. Живая история российской рекламы. – М.: Гелла-принт, 2004.
8. Тангейт М. Всемирная история рекламы: Пер. с англ. – М.: Альпина бизнес бук, 2008.
9. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. 2011.
10. Учёнова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
11. Учёнова В.В. Реклама и массовая культура. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.