

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 24.02.2026 22:37:00
Уникальный программный ключ:
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e603

**Автономная некоммерческая организация профессионального
образования «Университетский колледж»
(АНО ПО «Университетский Колледж»)**

**Утверждаю:
Председатель приемной комиссии,
Исполнительный директор АНО ПО
«Университетский колледж»**



**Краюшкина М.В.
«16» февраля 2026**

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

по специальности
42.02.01 Реклама

Москва, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2 Паспорт программы вступительных испытаний	5
3 Порядок организации и проведения вступительного	
испытания	7
4 Структура и содержание вступительного испытания	11
4.1 Содержание вступительного испытания	11
4.2 Критерии оценивания вступительных испытаний	13
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	18
ПРИЛОЖЕНИЯ	19

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа вступительного испытания является частью образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена (ОП СПО ПССЗ) в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) по специальности 42.02.01 Реклама.

Программа вступительного испытания разработана в соответствии с:

1. Федеральным законом Российской Федерации N 273-ФЗ от 29.12.2012 г. «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32859);
3. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 декабря 2013 г. N 1422 «Об утверждении перечня вступительных испытаний при приеме на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования по профессиям и специальностям, требующим у поступающих наличия определенных творческих способностей, физических и (или) психологических качеств» (Зарегистрировано в Минюсте России 28 января 2014 г. N 31132);
4. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 2 сентября 2020 г. N 457 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 6 ноября 2020 г. N 60770);
5. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 20 октября 2022 г. № 915 «О внесении изменений в Порядок приема на

обучение по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 2 сентября 2020 г. № 457» (зарегистрировано в Минюсте России 18 ноября 2022

г. № 71008)

Данная программа предусматривает:

- основные требования к объему знаний и умений абитуриентов, поступающих на специальность 42.02.01 Реклама;
- форму и содержание вступительного испытания, процесс его организации и проведения с учетом ограниченных возможностей здоровья абитуриентов;
- критерии оценивания.

2. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

2.1 Целью вступительного испытания по специальности 42.02.01 «Реклама»

является определение творческих способностей абитуриента в области дизайна и копирайтинга, а также уровня готовности, поступающего к освоению видов профессиональной деятельности по специальности.

2.2 Форма вступительного испытания – комплексное творческое испытание, включающее в себя:

- составление рекламных текстов (примерное задание в Приложении А);
- разработку рекламного обращения (примерное задание в Приложении Б);

Вступительные испытания, проводимые в виде творческого задания, определяются правилами настоящей Программы (раздел 3, раздел 4). Вступительные испытания, проводимые в устной форме, оформляются протоколом, в котором фиксируются вопросы к поступающему и комментарии экзаменатора.

Результаты оценивания вносятся в Оценочный лист абитуриента (Приложение В).

Итоги вступительных испытаний абитуриентов вносятся в Экзаменационную ведомость (Приложение Г).

2.3 Результаты прохождения вступительного испытания.

В результате выполнения комплексного творческого испытания абитуриент должен:

- продемонстрировать общий уровень эрудиции, креативность, оригинальность и образность мышления;
- показать уровень художественной подготовки (базовые навыки владения приемами работы с формой, цветом;
- продемонстрировать начальные навыки написания текстов;

- проявить интерес к выбранной профессиональной сфере;
- показать уровень осведомленности о выбранной профессиональной сфере.

Успешное прохождение вступительных испытаний подтверждает наличие у поступающих определенных творческих способностей и психологических качеств, необходимых для обучения по специальности

42.02.01 Реклама.

3. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

3.1 Общие положения.

Вступительные испытания в АНО ПО «Университетский колледж» начинаются не ранее начала приема документов и могут проводиться в несколько этапов по мере формирования экзаменационных групп из числа лиц, подавших необходимые документы.

3.2 Сроки проведения вступительных испытаний.

Вступительные испытания могут проводиться:

- концентрировано, один день (два творческих задания, защита портфолио, собеседование);
- рассредоточено, два дня (по одному творческому заданию в день, защита портфолио и собеседование в последний день).

Перед началом вступительного испытания с абитуриентами проводится консультация. Дата и время проведения вступительных испытаний определяются расписанием.

3.3 Оценка результатов вступительных испытаний.

Результаты вступительных испытаний оцениваются по балльной системе. Баллы, полученные абитуриентами за вступительное испытание, фиксируются в индивидуальном экзаменационном листе абитуриента и экзаменационной ведомости (Приложение А).

Итоговым результатом вступительного испытания является зачет/незачет (по количеству набранных баллов).

Лица, получившие на вступительном испытании результат ниже установленного минимального количества баллов, подтверждающих успешное прохождение вступительного испытания, претендовать на зачисление не могут.

3.4 Место проведения вступительных испытаний.

Вступительные испытания проводятся в АНО ПО «Университетский колледж».

3.5 Неявка на вступительные испытания.

Абитуриенты, не явившиеся на вступительные испытания без уважительной причины (подтвержденной документально), а также забравшие документы в период проведения вступительных испытаний, не зачисляются.

Повторная сдача вступительных испытаний не допускается.

3.6 Порядок проведения вступительных испытаний для абитуриентов колледжа-интерната, нуждающихся в создании специальных условий.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья при поступлении в АНО ПО «Университетский колледж» проходят вступительные испытания с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При проведении вступительных испытаний обеспечивается соблюдение следующих требований:

- присутствие ассистента из числа работников колледжа - интерната или привлеченных лиц, оказывающих поступающим необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);
- поступающим предоставляется в печатном виде инструкция о порядке проведения вступительных испытаний;
- поступающие с учетом их индивидуальных особенностей могут в процессе сдачи вступительного испытания пользоваться необходимыми им техническими средствами;
- материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа поступающих в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандуса, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов), наличие специальных кресел и других приспособлений).

Дополнительно при проведении вступительных испытаний обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от

категорий, поступающих с ограниченными возможностями здоровья:

а) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения вступительных испытаний оформляются увеличенным шрифтом;

б) для глухих и слабослышащих:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования;
- вступительные испытания по желанию поступающих могут проводиться в письменной форме;

в) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию поступающих вступительные испытания могут проводиться в устной форме.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

4.1 Содержание вступительного испытания

Задание № 1. Составление рекламных текстов.

Экзаменационное задание включает в себя следующие виды работ:

1. написание эссе по заданной теме;
2. разработка названия и слогана для продукта/компании; На выполнение задания отводится 90 минут.

Требования к выполнению работы:

- объем эссе не менее 10 предложений;
- не менее трех вариантов названия и слогана для продукта/компании;

Примерные темы для эссе:

- Роль рекламы в современном мире.
- Я – рекламист.
- Реклама – искусство или технология.
- Такая разная реклама.
- Реклама: за и против.

Условия выполнения задания: тексты разборчиво записываются на экзаменационный бланк, выданный абитуриенту. В случае необходимости текст может быть составлен в электронном виде (текстовый документ).

Данное задание направлено на выявление:

- Уровня осведомленности абитуриента о специфике деятельности специалиста по рекламе;
- Умения грамотно, логично и обоснованно формулировать мысли;
- Уровня креативности и оригинальности мышления. Примерное задание представлено в Приложении А.

Задание № 2. Разработка рекламного обращения

Абитуриенту выдается бланк задания, в котором приводится описание объекта рекламы (название, сфера деятельности, целевая аудитория, ключевое рекламное обращение). Задание состоит в том, чтобы выполнить эскиз рекламного объявления, содержащего визуальную и текстовую части.

На выполнение работы отводится 90 минут.

Требования к выполнению работы:

- обязательное наличие иллюстрации – рисунка, раскрывающего суть рекламного предложения;
- иллюстрация должна быть выполнена в цвете;
- иллюстрация должна представлять собой яркий, запоминающийся образ.
- цвет, шрифт, композиционное расположение элементов объявления должны быть продуманы и должны гармонично сочетаться между собой.
- должен присутствовать заголовок (что предлагает реклама) и основной текст (почему потребитель должен приобрести рекламируемый продукт).
- техника и стиль исполнения рекламного объявления на усмотрение абитуриента.

Условия выполнения задания: эскиз рекламного объявления выполняется на бумаге формата А3, в цвете. Работа должна быть подписана с обратной стороны (ФИО абитуриента, дата выполнения работы).

Данное задание направлено на выявление:

- Умения грамотно, логично и обоснованно формулировать мысли;
- Уровня креативности и оригинальности мышления;
- Уровня художественной подготовки (знания и навыки в области рисунка и композиции).

Примерное задание представлено в Приложении Б.

4.2 Критерии оценивания вступительных испытаний

Каждое задание оценивается отдельно. Максимальное количество баллов за три испытания – 90; вступительные испытания считаются успешно пройденными при достижении порогового значения в 45 баллов.

Критерии оценивания заданий представлены в Таблицах 1 – 3.

Таблица 1 - Критерии оценки задания № 1
«Составление рекламных текстов»

№	Критерий оценивания	Мах кол-во баллов*
	ЭССЕ	26
1	Соответствие содержания выбранной теме	3
2	Полнота раскрытия темы	3
3	Оригинальность (авторский текст)	3
4	Единый стиль изложения	3
5	Использование выразительных средств русского языка	3
6	Соблюдение логики изложения (вступление, основная часть, заключение)	3
7	Грамотность речи (отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).	3
8	Общее восприятие текста	5**
	НАЗВАНИЕ И СЛОГАН ПРОДУКТА/КОМПАНИИ	14
1	Оригинальность	3
2	Соблюдение количества вариантов	2***
3	Соответствие продукту/сфере деятельности	3
4	Грамотность речи	3
5	Выразительность, запоминаемость	3

* Максимально возможное количество баллов за критерий составляет 3 балла, оценивание производится по следующей шкале:

0 баллов – работа не соответствует минимальным отраслевым требованиям (нарушение логики повествования, полное несоответствие предмету работы, наличие большого количества орфографических, синтаксических, стилистических ошибок; тема работы не

раскрыта; не соблюдены временные, количественные и другие требования к работе);

1 балл – работа выполнена на низком уровне (работа в целом соответствует минимальным отраслевым стандартам, но есть ошибки по исполнению критерия);

2 балла – работа выполнена на среднем уровне (работа соответствует отраслевым стандартам, есть не критичные замечание по исполнению требования критерия оценки);

3 балла – работа выполнена на высоком уровне (работа соответствует отраслевым стандарта, замечаний по исполнению требований критерия оценки нет).

****** Общее восприятие текста – субъективная оценка, выставляемая экзаменатором, от 1 до 5 баллов (учитывается выразительность, образность текста, общий стиль и логика изложения материала).

******* Соблюдение количества вариантов – да – 2 балла, нет – 0 баллов.

Максимальное количество баллов за задание № 1 составляет **40 баллов**.

Минимальный проходной балл по заданию № 1 – **20 баллов**.

Таблица 2 - Критерии оценки задания № 2 «Разработка рекламного обращения»

№	Критерий оценивания	Мах кол-во баллов *
	Рекламное объявление	30
1	Верное понимание задания	1**
2	Соответствие иллюстрации теме рекламного обращения	3
3	Выразительность иллюстрации	3
4	Верное применение правил и приемов композиции	3
5	Наличие и соответствие заголовка теме рекламного обращения	3
6	Наличие и соответствие основного текста теме рекламного обращения	3

7	Грамотность речи (отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).	3
8	Гармоничное цветовое решение рекламного обращения	3
9	Гармоничное шрифтовое решение рекламного обращения	3
10	Общее впечатление от работы	5***

* Максимально возможное количество баллов за критерий составляет 3 балла, оценивание производится по следующей шкале:

0 баллов – работа не соответствует минимальным отраслевым требованиям (нарушение логики повествования, полное несоответствие предмету работы, наличие большого количества орфографических, синтаксических, стилистических ошибок; тема работы не раскрыта; не соблюдены временные, количественные и другие требования к работе);

1 балл – работа выполнена на низком уровне (работа в целом соответствует минимальным отраслевым стандартам, но есть ошибки по исполнению критерия);

2 балла – работа выполнена на среднем уровне (работа соответствует отраслевым стандартам, есть не критичные замечание по исполнению требования критерия оценки);

3 балла – работа выполнена на высоком уровне (работа соответствует отраслевым стандарта, замечаний по исполнению требований критерия оценки нет).

** Верное понимание задание – да – 1 балл; нет – 0 баллов.

*** Общее восприятие работы – субъективная оценка, выставаемая экзаменатором, от 1 до 5 баллов (учитывается выразительность, образность, общий стиль, проработанность эскиза).

Максимальное количество баллов за задание № 2 составляет **30 баллов**.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Составление рекламных текстов

Задание 1. Напишите эссе (сочинение) по одной из тем, приведенных ниже.

Темы для эссе на выбор:

- Роль рекламы в современном мире.
- Я – рекламист.
- Реклама – искусство или технология.
- Такая разная реклама.
- Реклама: за и против.

Время выполнения задания: 45 минут.

Требования к выполнению работы: объем эссе не менее 10 предложений.

Условия выполнения задания: текст разборчиво записать на экзаменационный бланк.

Задание 2. Разработать название и слоган для продукта/компании (описание продукта/компании выдается абитуриенту на испытании).

Время выполнения задания: 45 минут.

Требования к выполнению работы:

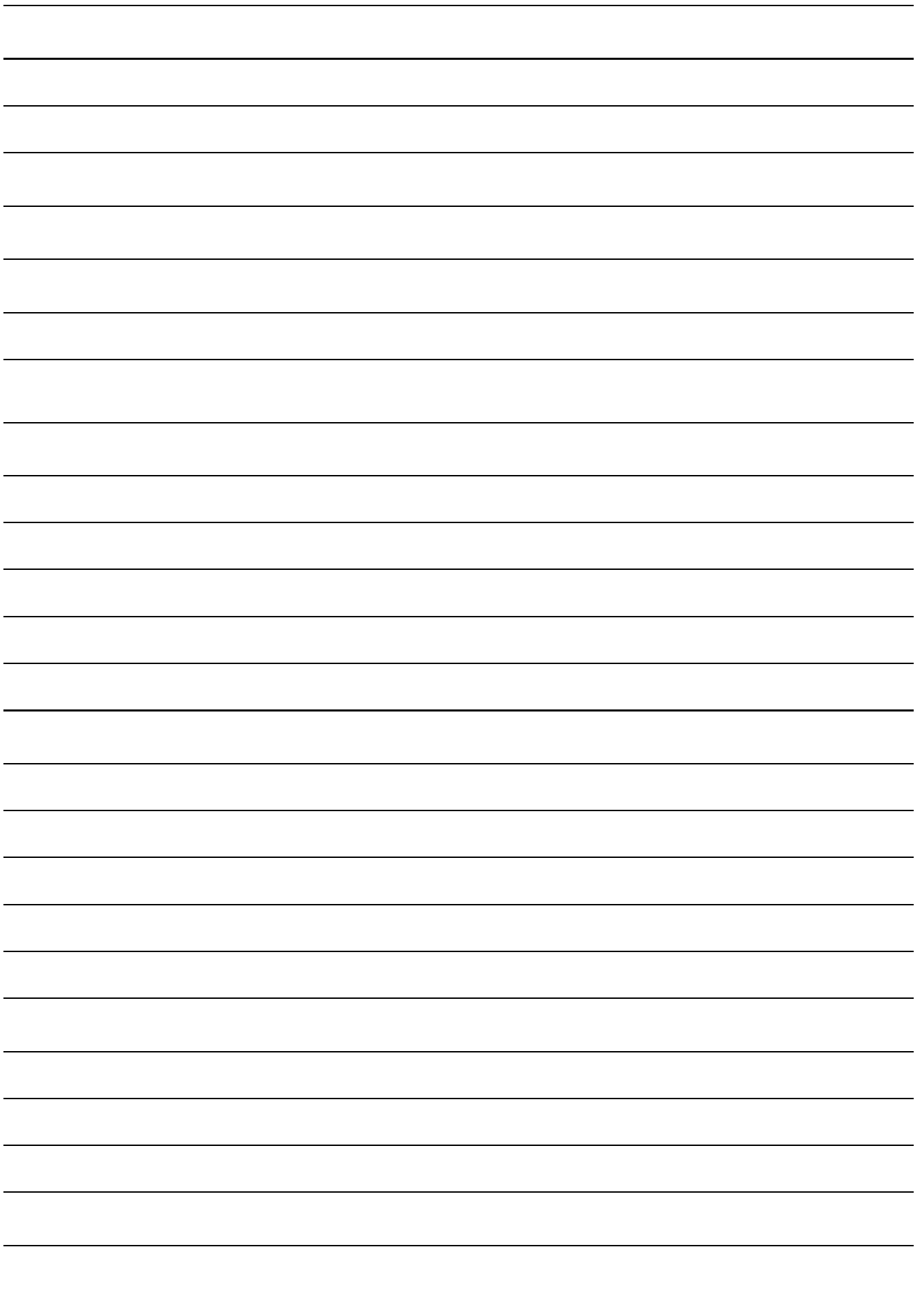
- написать не менее трех вариантов названия и слоганов для продукта/компании.

Условия выполнения задания: названия и слоганы разборчиво записать на экзаменационный бланк.

Экзаменационный бланк абитуриента

ФИО абитуриента

ЗАДАНИЕ 1. ЭССЕ



Экзаменационный бланк абитуриента

ФИО абитуриента

ЗАДАНИЕ 2. НАЗВАНИЕ ПРОДУКТА/КОМПАНИИ

ЗАДАНИЕ 2. СЛОГАН ПРОДУКТА/КОМПАНИИ

Разработка рекламного обращения

Выполнить эскиз рекламного объявления, содержащего визуальную и текстовую части (к заданию будет приложен бланк с описанием объекта рекламы: название, сфера деятельности, целевая аудитория, ключевое рекламное обращение).

Время выполнения работы: 90 минут.

Требования к выполнению работы:

- обязательное наличие иллюстрации – рисунка, раскрывающего суть рекламного предложения;
- иллюстрация должна быть выполнена в цвете;
- иллюстрация должна представлять собой яркий, запоминающийся образ.
- цвет, шрифт, композиционное расположение элементов объявления должны быть продуманы и должны гармонично сочетаться между собой.
- должен присутствовать заголовок (что предлагает реклама) и основной текст (почему потребитель должен приобрести рекламируемый продукт).
- техника и стиль исполнения рекламного объявления на усмотрение абитуриента.

Условия выполнения задания: эскиз рекламного объявления выполняется на бумаге формата А3, в цвете. Работа должна быть подписана с обратной стороны (ФИО абитуриента, дата выполнения работы).

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Оценочный лист абитуриента

ФИО абитуриента

Задание № 1 «Составление рекламных текстов»

№	Критерий оценивания	Мах кол-во баллов	Кол-во баллов по заданию
	ЭССЕ	26	
1	Соответствие содержания выбранной теме	3	
2	Полнота раскрытия темы	3	
3	Оригинальность (авторский текст)	3	
4	Единый стиль изложения	3	
5	Использование выразительных средств русского языка	3	
6	Соблюдение логики изложения (вступление, основная часть, заключение)	3	
7	Грамотность речи (отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).	3	
8	Общее восприятие текста	5	
	Итого за эссе		
	НАЗВАНИЕ И СЛОГАН ПРОДУКТА/КОМПАНИИ	14	
1	Оригинальность	3	
2	Соблюдение количества вариантов	2 (0/2)	
3	Соответствие продукту/сфере деятельности	3	
4	Грамотность речи	3	
5	Выразительность, запоминаемость	3	
	Итого за название и слоган		
	Всего баллов		

Минимальный проходной балл по заданию № 1 – **20 баллов.**

Таблица 2 - Критерии оценки задания № 2 «Разработка рекламного обращения»

№	Критерий оценивания	Мах кол-во баллов	Кол-во баллов по заданию
	Рекламное объявление	30	
1	Верное понимание задания	1	
2	Соответствие иллюстрации теме рекламного обращения	3	
3	Выразительность иллюстрации	3	
4	Верное применение правил и приемов композиции	3	
5	Наличие и соответствие заголовка теме рекламного обращения	3	
6	Наличие и соответствие основного текста теме рекламного обращения	3	
7	Грамотность речи (отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).	3	
8	Гармоничное цветовое решение рекламного обращения	3	
9	Гармоничное шрифтовое решение рекламного обращения	3	
10	Общее впечатление от работы	5	
	Всего баллов:		

Минимальный проходной балл по заданию № 2 – **15 баллов.**

Всего баллов за вступительные испытания:	
Решение о зачислении:	

Экзаменатор _____ / _____

Дата: _____

ЭКЗАМЕНАЦИОННАЯ ВЕДОМОСТЬ

абитуриентов, поступающих на специальность 42.02.01 Реклама

[illegible]