

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 28.02.2024 16:21:10  
Уникальный программный ключ:  
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e603

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

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор АНО ПО  
«Университетский колледж»  
Краюшкина М.В.



**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

по специальности  
42.02.01 Реклама

**Москва, 2024**

## СОДЕРЖАНИЕ

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

## 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, прочесть 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;

г) 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*
	<b>ЭССЕ</b>	<b>26</b>
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**
	<b>НАЗВАНИЕ И СЛОГАН ПРОДУКТА/КОМПАНИИ</b>	<b>14</b>
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 работу, 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*
	<b>Рекламное объявление</b>	<b>30</b>
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 работу, 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 некритичные 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, выставляемая 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.







## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### 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 3**  
Оценочный лист абитуриента

\_\_\_\_\_  
ФИО абитуриента

**Задание № 1 «Составление рекламных текстов»**

№	Критерий оценивания	Мах кол-во баллов	Кол-во баллов по заданию
<b>ЭССЕ</b>		<b>26</b>	
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	
<b>Итого за эссе</b>			
<b>НАЗВАНИЕ И СЛОГАН ПРОДУКТА/КОМПАНИИ</b>		<b>14</b>	
1	Оригинальность	3	
2	Соблюдение количества вариантов	2 (0/2)	
3	Соответствие продукту/сфере деятельности	3	
4	Грамотность речи	3	
5	Выразительность, запоминаемость	3	
<b>Итого за название и слоган</b>			
<b>Всего баллов</b>			

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
	<b>Рекламное объявление</b>	<b>30</b>	
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	
	<b>Всего баллов:</b>		

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

Всего баллов за вступительные испытания:	
Решение о зачислении:	

Экзаменатор \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Дата: \_\_\_\_\_

