

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГТУ», ВГТУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А.И. Колосов

2024 г.



Система менеджмента качества

**ПРОГРАММА**

**ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ НА БАЗЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ ПРИ ПРИЕМЕ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА И  
СПЕЦИАЛИТЕТА**

**«РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

Воронеж 2024

Программа составлена на основе ФГОС СПО по направлениям 42.02.01. «Реклама», 43.02.10 «Туризм».

## **I. Перечень элементов содержания, проверяемых на вступительном испытании**

### **Раздел 1. «Основы рекламы»**

1. Определение рекламы российскими и зарубежными авторами
2. Функции рекламы
3. Виды рекламы
4. Цели рекламы
5. Задачи рекламы

### **Раздел 2. «История рекламы»**

6. Реклама в Древнем мире
7. Реклама в Древней Греции
8. Реклама в Древнем Риме
9. Реклама в Темные Века
10. Реклама в Средние века
11. Реклама Эпохи Возрождения
12. Реклама в 18-19 вв.
13. Реклама в 20-м веке.
14. Современное состояние рекламы

### **Раздел 3. «Разработка рекламного продукта»**

15. Печатная реклама
16. Радиореклама
17. Телевизионная реклама
18. Интернет-реклама
19. Наружная реклама
20. Реклама на транспорте
21. Реклама на нестандартных носителях
22. Вирусная реклама.

## **II. Требования к уровню подготовки поступающего**

Поступающий должен:

**Знать:**

- существующие виды и направления рекламной деятельности, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы;

**ПРОГРАММА**  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ НА БАЗЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРИ  
ПРИЕМЕ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА И ПРОГРАММАМ СПЕЦИАЛИТЕТА  
«Рекламная деятельность»

- теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна;
- пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в рекламном производстве, возможности их обработки;
- виды шрифтовых гарнитур и шрифтовую графику;
- терминологию дизайнера и рекламиста;

**уметь:**

- креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения;
- грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения;
- проектировать все основные виды рекламной продукции;
- профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования;
- применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъемку и др.)
- работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи.
- обосновывать, отстаивать и защищать проект

### **III. Критерии оценивания работ поступающих**

Вступительное испытание проходит в виде тестирования. Результаты оцениваются по 100-балльной шкале.

Каждый билет содержит 14 заданий. Вопросы делятся по категориям сложности: 10 вопросов категории А (оцениваются по 5 баллов каждый), 3 вопроса категории В (оцениваются по 10 баллов каждый) и 1 задача категории С (расчетная задача – оценивается в 20 баллов). Суммарная оценка не превышает 100 баллов.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут.

### **IV. Примеры тестовых заданий**

#### **Задания категории А**

1. Что выполняет постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими:

а) основная задача

**б) процесс рынка**

в) полная информация

2. Укажите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- а) 5
- б) 4
- в) 6

3. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке:

- а) персональные продажи
- б) имидж
- в) стимулирование сбыта

#### Задания категории В

1. К преимуществам газет как средства рекламы не относится:

- А. относительно небольшая стоимость размещения рекламы
- Б. оперативность
- В. значительное число вторичных читателей
- Г. хороший охват местного рынка

2. Реклама, призванная утвердить благоприятный образ товара в представлении реальных или потенциальных потребителей, называется:

- А. информационной
- Б. напоминающей
- В. имиджевой
- Г. убеждающей

3. Реклама, которая включает в себя рекламные щиты, афиши, световые вывески, электронные табло, фирменную спецодежду обслуживающего персонала - это:

- А. печатная реклама
- Б. наружная реклама
- В. реклама в прессе
- Г. фирменная реклама

#### Задания категории С

1. Доля аудитории передачи телеканала «А» в пятницу в 20:00 составляет 30% (Share = 30%).

Доля телезрителей в этот момент составляет 70% (HUT = 70%).

Каков рейтинг программы?

$HUT * Share = Raitng.$

$0,70 * 0,30 = 0,21$  или 21%.

**Ответ: 21% (или 0,21)**

#### **V. Рекомендуемая литература**

1. Скрипникова, Надежда Николаевна Реклама, консалтинг, public relations: теоретические брифы: учеб. пособие. - Воронеж : [б. и.], 2015
2. Полуэхтова, И. А. Социология рекламной деятельности : Курс лекций / Полуэхтова И. А. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2013. - 108 с. - ISBN 978-5-98079-859-8. Тевлюкова, О. Ю.
3. Основы рекламы [Электронный ресурс] : Учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова. - Основы рекламы ; 2029-09-09. - Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2015. - 156 с. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 09.09.2029 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-7014-0707-5.
4. Романов, А. А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа : Учебное пособие / Романов А. А. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 184 с. - ISBN 978-5-374-00394-9. Гуревич, П. С.
5. Психология рекламы [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. - Психология рекламы ; 2022-03-26. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 271 с. - Лицензия до 26.03.2022. - ISBN 5-238-00936-4.
6. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова\_Методические рекомендации по контактной работе.pdf.
7. 77-2020 Выполнение курсовых работ (проектов): методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 20 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова. Методические рекомендации по написанию курсовых работ.pdf.

**ПРОГРАММА**  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ НА БАЗЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРИ  
ПРИЕМЕ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА И ПРОГРАММАМ СПЕЦИАЛИТЕТА  
**«Рекламная деятельность»**

8. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.