

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНО ВО РосНОУ

В.А.Зернов

24 февраля 2016 г.



**ПРОГРАММА  
ТВОРЧЕСКОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

для поступающих на программу среднего профессионального образования

по специальности 42.02.01 Реклама

Москва  
2016 г

## **Основные положения**

- 1.1 Вступительным испытанием для поступающих на специальность 42.02.01 «Реклама», является творческий письменный экзамен в форме эссе. Эссе – это самостоятельная письменная работа на определённую тему, предложенную экзаменационной комиссией.
- 1.2 Цель вступительного испытания в форме эссе – оценка развития навыков творческого мышления и изложения собственных мыслей поступающего.
- 1.3 Написание эссе предполагает выявление у поступающего навыков владения грамотной письменной речью, эмоционально-образным потенциалом русского языка, аналитических способностей, а также умений видеть и отражать общественные и социальные проблемы.
- 1.4 Поступающий должен продемонстрировать владение следующими умениями и навыками:
  - отбирать социально значимые, интересные факты;
  - находить убедительные аргументы;
  - делать выводы;
  - самостоятельно аналитически мыслить;
  - отражать общественные проблемы;
  - владеть логикой изложения;
  - владеть индивидуальным стилем;
  - демонстрировать богатую образную речь;
  - использовать имеющийся фактический материал;
  - оформлять свои высказывания в соответствии с требованиями избранного жанра.
- 1.5. На итоговую аттестацию по творческому экзамену оказывает влияние общий интеллектуальный уровень абитуриента, эрудиция, осведомленность в вопросах социально-политического характера, степень его социальной активности и общественной зрелости, коммуникабельность, информированность о деятельности современных СМИ (региональных и федеральных).

Продолжительность вступительного испытания - 120 минут без перерыва. Отсчёт времени начинается с момента объявления темы.

### **Требования к эссе**

Жанр эссе предполагает свободу творчества. Оно может быть написано на любую тему и в любом стиле, т. к. эссе - это размышление по поводу услышанного, прочитанного, просмотренного.

**Жанр эссе включает три основных раздела:**

#### *1. Введение*

1. Краткое обоснование интереса к выбранной теме, изложение понимания и подхода к проблеме.
2. Освещение цели написания эссе и краткие определения ключевых терминов.

## 2. Содержание основной части

1. Развитие аргументации и анализ социального явления и факта, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу; обосновывание (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемой аргументации. Следует привести собственные суждения.

2. Последовательное, логичное доказательное раскрытие выбранной темы

### 3. Заключительная часть

1. Включение самостоятельно проведенного анализа выбранной проблемы.

2. Подтверждение (при необходимости) теоретических суждений цитатами.

3. Обобщающий и аргументированный вывод по теме с указанием области ее применения.

4. Выводы по предложенной теме.

## **Примерные темы творческого экзамена**

1. Моё представление о будущей профессии.

2. Человек в мире рекламы и PR.

3. Ваш любимый телеканал: характеристика.

4. Кто он не герой нашего времени? На примере социальной рекламы.

5. Логотип как тотем.

6. Предпосылка запланированного «устаревания» товара как фундамент рекламной дидактики.

7. Реклама и её роль в современном обществе.

8. Реклама как социальное явление.

9. Реклама как носитель национальной культуры.

10. Рекламные бренды как социальные стереотипы.

11. Социальная мифология и ее влияние на эстетику рекламы.

12. Рекламные сценарии формирования потребительских комплексов.

13. Мода в рекламе.

14. Формирование социального статуса потребителя.

15. Реклама как пространство культивирования гендерных стереотипов.

16. Социально-политические предпосылки мифологизации и героизации рекламы.

17. Стадии становления рекламного знака.

18. Институт PR как форма противостояния массы и власти.

19. Рекламная виртуализация процессов массовой коммуникации.

20. Сущность современного мифотворчества. Мифы естественные и искусственные. Мифы явные, неявные, проявленные.

21. Социальные функции рекламы и PR как мифологических дискурсов.

22. Мифология американского и российского социума.

23. Реклама – двигатель прогресса.

24. Моё отношение к рекламе.

25. Этика в рекламе.

- 26.«Функция выбора – основа личности» (Б.Ф. Поршнев).  
27.«Экономика меняется вместе с жизнью» (С. Вайн).  
28.«Реклама – ценный экономический фактор, потому что это самый дешёвый способ продажи товаров, особенно когда последние бесполезны» (С. Левис)

### **Критерии оценки эссе**

1. Творческая работа должна быть выполнена аккуратно, разборчивым почерком, без сокращения слов. К работе поступающего предъявляется ряд требований, относящихся к содержанию, языку и стилю изложения.
2. Объём работы должен быть не менее 100 и не более 300 слов, включая предлоги. **Если данный объём работы выдержан, поступающий получает 1 балл**
3. Соответствие теме и содержание работы оценивается по следующим критериям:
  - Содержание соответствует предложенной теме. Содержательной считается работа, в которой тема раскрыта и все мысли подчинены общей идее. Тема должна быть понята правильно и раскрыта достаточно полно;
  - Фактические (не грамматические!) ошибки отсутствуют или имеются единичные фактические неточности.

**При соблюдении данных требований поступающий получает 1 балл.**

4. Соблюдение норм русского литературного языка. Соответствие нормам литературного языка оценивается по следующим критериям:
  - Правильное построение словосочетаний и предложений;
  - Согласование слов в роде, числе и падеже;
  - Не допускается смешение прямой и косвенной речи;
  - Правильное построение предложений с однородными членами, обособленными конструкциями;
  - Правильное образование новых слов и форм слова;
  - Стилистическое единство текста;
  - Употребление слов, свойственных литературному языку (без жаргонизмов, диалектизмов, молодёжного сленга и т.п.).

**Если допущено не более трех ошибок данного типа, поступающий получает 2 балла.**

Вступительное испытание оценивается по двухбалльной системе «зачёт» или «незачёт».

Более 3 баллов - «зачёт»

Менее 3 баллов - «незачёт».