

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

Сертификат: 034A67BD07F4A14922439D0D5054D6E8

Владелец: "АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Действителен: с 02.12.2021 по 02.03.2023

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНО ВО РосНОУ

В.А. Зернов

«28» октября 2022 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

«История рекламы»

для поступающих на направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Москва 2022

Введение

История рекламы изучает этапы возникновения и развития рекламы в зависимости от состояния общества: уровня грамотности, технического прогресса и других параметров. Основные виды рекламы рассматриваются как отражение экономического и социального состояния общества.

Целью предмета История рекламы является изучение процесса развития видов рекламы, а также приемов и методов, используемых в рекламе на протяжении всей истории человеческой цивилизации.

Цель определила следующие задачи изучения предмета:

- изучение системы знаний об этапах возникновения различных видов рекламы и способах ее распространения;
- формирование умений и навыков, необходимых для определения целевых аудиторий и каналов распространения рекламы.

Программа вступительного испытания «История рекламы» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 года № 510 и предназначена для подготовки к поступлению в АНО ВО «Российский новый университет».

Содержание программы

Тема 1. История рекламы в Европе

Зарождение рекламы в Древнем мире: протореклама, визуальная реклама (клейма, печати, вывески), устная реклама (глашатаи и зазывалы), письменная реклама (граффити, миллиарии, рекламные тексты, объявления. Протогазета).

Реклама в Средние века: устная реклама, институт глашатаев, традиция «говорящих» вывесок, зарождение и развитие традиции ярмарок, первая печатная реклама.

Реклама Нового времени: афишные тумбы, изобразительный плакат, профессия коммивояжер, появление рекламы в прессе. Появление специализированных изданий по рекламе. Первые рекламные агентства.

Тема 2. История рекламы в России

Виды рекламы в дореволюционной России: устная реклама, первая печатная реклама, развитие рекламного плаката, появление рекламы в средствах массовой информации, появление специализированной прессы, первые рекламные агентства.

Особенности советской рекламы, направления государственной рекламы в СССР. Роль В.Маяковского в развитии рекламы. Политическая, социальная и коммерческая реклама в рекламных плакатах.

Реклама в постсоветской России. Закон о рекламе. Появление и развитие телерекламы, радиорекламы, интернет-рекламы. Многообразие рекламных средств.

Критерии оценивания тестовых заданий

Внимательно прочитайте каждое задание и предлагаемые варианты ответа, если они имеются. Отвечайте только после того, как вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответа. Выполняйте задания в том порядке, в котором они даны. Если какое-то задание вызывает у вас затруднение, пропустите его. К пропущенным заданиям вы сможете вернуться, если у вас останется время.

При выполнении заданий можно пользоваться черновиком. Записи в черновике не учитываются при оценивании работы. Баллы, полученные вами за выполненные задания, суммируются. Постарайтесь выполнить как можно больше заданий и набрать наибольшее количество баллов.

На выполнение экзаменационной работы отводится 2 часа (120 минут).

Верное выполнение каждого задания оценивается в 2 балла. Максимальное количество баллов за всю работу — 100.