

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«Российский новый университет»

(АНО ВО «РосНОУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНО ВО РосНОУ

В.А. Зернов

«17» *Июль* 2026 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

42.02.01. РЕКЛАМА

Содержание

Раздел I. Вводная часть

- 1.1. Цель и задачи вступительных испытаний
- 1.2. Описание формы проведения вступительного испытания
- 1.3. Продолжительность вступительного испытания в минутах
- 1.4. Структура вступительного испытания

Раздел II. Содержание программы

Раздел III. Фонд оценочных средств

- 3.1. Инструкция по выполнению работы

Раздел IV. Список литературы

1. Раздел I.

Вводная часть

Программа вступительного испытания разработана в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, а также в соответствии с Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 02.09.2020 № 457 (в редакции от 28.10.2024) «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования».

Вступительное испытание проводится для абитуриентов, поступающих в АНО ВО «Российский новый университет» на программу среднего профессионального образования по специальности «Реклама».

Вступительное испытание проводится в форме дистанционного тестирования. Вступительное испытание оценивается по зачётной системе.

1.1. Цель и задачи вступительных испытаний

Цель и задачи вступительного испытания по специальности Реклама – выявление уровня теоретической подготовки абитуриентов, поступающих на программы СПО.

Задачи вступительного испытания:

- установить уровень знаний абитуриентов по специальности Реклама;
- произвести отбор абитуриентов, наиболее способных и подготовленных к освоению программ СПО.

Абитуриент должен:

Знать значимость профессиональной деятельности по специальности, аудиторию различных средств рекламы, принципы функционирования современных социальных медиа.

Уметь описывать значимость своей специальности, осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения, определять ключевые цели рекламной кампании.

Владеть навыками проведения анализа рынка, выявления основных и второстепенных конкурентов.

1.2. Описание формы проведения вступительного испытания

Вступительное испытание по специальности Реклама проводится в форме тестирования.

1.3. Продолжительность вступительного испытания в минутах

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

1.4. Структура вступительного испытания

В тестовое задание вступительного испытания по специальности Реклама включаются:

- задания с выбором одного правильного ответа из предложенных вариантов ответа.

Раздел II. Содержание программы

Тема 1. Предмет (объект) рекламного воздействия.

Объект и предмет рекламы. Понятие рекламного воздействия. Понятие целевой аудитории. Цели рекламного воздействия. Психология рекламного воздействия.

Тема 2. Реклама как феномен социального взаимодействия.

Место рекламы в жизни общества. Положительная роль рекламы в жизни общества. Недостатки современной рекламы. Специфика современной рекламы. Понятие каналов коммуникации.

Тема 3. Рекламный процесс.

Информативная, побудительная, напоминающая, сравнительная реклама. Определение цели проведения рекламной кампании. Участники рекламного процесса. Эффективность рекламных носителей.

Тема 4. Основы рекламы.

Определения составляющих рекламной деятельности. Реклама в России и в мире. Массовый характер рекламы. Эффективность рекламы.

Раздел III. Фонд оценочных средств

3.1. Инструкция по выполнению работы

Прочитайте каждое задание и предлагаемые варианты ответов. Отвечайте только после того, как вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответа.

Постарайтесь выполнить как можно больше заданий.

За правильное выполнение 50% теста ставится «зачет»

Раздел IV. Список литературы

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555773>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>

3. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>

4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

5. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541809>