



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

по специальности 42.02.01 Реклама

Уровень образования: среднее профессиональное

Данная программа разработана на основании Приказа Минпросвещения России от 02.09.2020 № 457 (в редакции от 12.04.2024) «Об утверждении Порядка приёма на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования», Приказа Минпросвещения России от 28.10.2024 №750 «О внесении изменений в порядок приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный Приказом Министерства Просвещения РФ от 2 сентября 2020 г. № 457», Правил приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования на 2025-2026 учебный год (далее – Правила приема).

Программа регламентирует порядок проведения вступительных испытаний при приеме на обучение по образовательной программе среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама», требующей у поступающих наличия творческих способностей.

Поступающий на специальность 42.02.01 Реклама должен обладать активной жизненной позицией, уметь нестандартно мыслить, анализировать полученную информацию, грамотно излагать свою точку зрения, точно и конкретно отвечать на заданный вопрос, иметь хороший уровень общефилологической подготовки.

Пояснительная записка

Цель творческого экзамена – выявить профессиональную ориентированность абитуриента, возможность его обучения по направлению Реклама. Оценить степень развития аналитических и творческих способностей.

Задачи творческого экзамена: 1) выявить уровень способностей абитуриента к профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; 2) выявить уровень общекультурной подготовки абитуриента; 3) выявить уровень обще филологической подготовленности абитуриента.

Требования к вступительному испытанию:

Творческий экзамен – это профессионально сориентированное испытание абитуриента.

Творческий экзамен проходит в виде тестирования, направленного на подтверждение наличия творческих способностей абитуриента и его психологических предпосылок к овладению профессией.

На творческом экзамене оцениваются: творческий потенциал абитуриента, самостоятельность и образность его мышления, способность к ассоциативному восприятию мира и логическому анализу, оригинальность при решении творческих задач, уровень общей культуры и грамотности, умение ориентироваться в современной рекламе и связях с общественностью.

Окончательное заключение по результатам творческого экзамена в отношении каждого абитуриента оформляется протоколом комиссии, который подписывается председателем и членами предметной комиссии.

При равном количестве баллов, набранных на вступительных испытаниях, зачисляются лица, имеющие преимущественное право на зачисление согласно Правилам приёма.

Результаты творческого испытания размещаются на сайте и стенде приемной комиссии в течении 3 рабочих дней.

Порядок проведения апелляции утверждён в Положении об апелляционных комиссиях НГУЭУ.

Порядок проведения вступительного испытания и критерии оценивания

Вступительное испытание проводится в форме дистанционного тестирования, размещенного на образовательном портале Moodle (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительных испытаний) в соответствии с установленным локальным нормативным актом НГУЭУ. Вступительное испытание нацелено на проверку уровня развития аналитического и творческого мышления.

Вступительное испытание, проводимое в устной форме, оформляется протоколом, в котором фиксируются вопросы к поступающему и комментарии экзаменаторов.

Прохождение теста не требует наличия специальных профессиональных знаний. Результаты тестирования подводятся в виде суммы правильных ответов на вопросы теста.

Основные критерии оценки вступительного испытания: Абитуриент правильно, полно и уверенно отвечает на поставленные вопросы, приводит верные аргументы для доказательства правоты собственных действий и выводов. Результаты вступительных испытаний оцениваются по системе «зачет/незачет».

Результаты тестирования подводятся в виде суммы правильных ответов на вопросы

теста. Оценка результатов вступительных испытаний осуществляется по зачетной системе. Если в работе в результате оценивания более 70 % правильных ответов, то испытание пройдено (зачтено), если менее 70%, то испытание не пройдено (не зачет). При наличии у поступающего результата «зачет», далее поступающий участвует в конкурсе по среднему баллу аттестата.

Успешное прохождение вступительных испытаний подтверждает наличие у поступающих определенных творческих способностей, физических и (или) психологических качеств, необходимых для обучения по соответствующим образовательным программам.

Вступительные испытания могут проводиться в несколько потоков, по мере формирования экзаменационных групп, из числа лиц, подавших документы для поступления в НГУЭУ. Расписание вступительных испытаний (дата, время, дата объявления результатов) размещается на официальном сайте НГУЭУ и информационном стенде приемной комиссии не позднее, чем за 10 дней до их начала.

Иные положения о проведении вступительного испытания утверждены в Порядке проведения вступительных испытаний с применением дистанционных технологий, утвержденном НГУЭУ самостоятельно.

Перечень примерных вопросов для вступительного тестирования абитуриентов по специальности 42.02.01 Реклама

Задание №1

Какой из следующих элементов является ключевым для успешной рекламной кампании?

- Большой бюджет
- Четкое понимание целевой аудитории
- Использование всех доступных медиа
- Публикация в популярных журналах

Задание №2

Какой из следующих факторов не влияет на восприятие рекламы?

- Визуальные элементы
- Локация размещения
- Время суток
- Цвет автомобиля клиента

Задание №3

Что такое слоган?

- Краткая фраза, отражающая суть бренда
- Долгое описание продукта
- Рекламный ролик
- Логотип компании

Задание №4

Что такое контент-маркетинг?

- Продвижение товаров через контент
- Создание контента для социальных сетей
- Реклама, основанная на платных объявлениях
- Исследование рынка

Задание №5

Что такое PPC-реклама?

- Реклама, основанная на оплате за показ
- Реклама, основанная на партнерских программах
- Реклама, основанная на печатных материалах
- Реклама, основанная на оплате за клик

Задание №6

Какой из следующих элементов является ключевым при создании рекламной кампании?

- Цветовая гамма
- Целевая аудитория
- Место размещения
- Длительность ролика

Задание №7

Какой из перечисленных методов используется для анализа целевой аудитории?

- SWOT-анализ
- Фокус-группы
- Бенчмаркинг
- Контент-анализ

Задание №8

Что такое реклама?

- Метод обучения сотрудников
- Способ общения с клиентами
- Информация о компании
- Способ продвижения товаров и услуг

Задание №9

Какой из следующих типов рекламы считается наиболее эффективным для молодежной аудитории?

- Телевизионная реклама
- Печатная реклама
- Реклама в социальных сетях
- Радиореклама

Задание №10

Что такое целевая аудитория?

- Все люди, которые могут видеть рекламу
- Группа людей, на которую направлена реклама
- Конкуренты компании
- Все сотрудники компании

Задание №11

Какой из следующих элементов не является частью рекламной кампании?

- Исследование рынка
- Создание продукта
- Разработка креативной концепции
- Выбор каналов распространения

Задание №12

Какой из следующих факторов влияет на выбор рекламного канала?

- Бюджет рекламной кампании
- Цветовая гамма
- Сложность текста
- Время суток

Задание №13

Какой из следующих трендов в рекламе становится все более популярным?

- Печатная реклама
- Реклама на телевидении
- Реклама на радио
- Вирусная реклама

Задание №14

Что такое брендинг?

- Процесс создания рекламных материалов
- Создание уникального имиджа и идентичности продукта
- Исследование потребительского рынка
- Разработка новых продуктов

Задание №15

Какой из следующих элементов не является частью медиаплана?

- Описание целевой аудитории
- Бюджет
- Слоган
- Календарь размещения

Задание №16

Что такое креативная концепция в рекламе?

- Общая идея, на которой строится рекламная кампания
- Технические детали рекламного ролика
- Описание целевой аудитории
- Параметры бюджета

Задание №17

Что такое вирусная реклама?

- Реклама, распространяемая через вирусные инфекции
- Реклама, размещенная на медицинских сайтах
- Реклама, связанная с медицинскими продуктами
- Реклама, которая быстро распространяется через социальные сети

Задание №18

Что такое медиабайнинг?

- Процесс создания рекламного контента
- Процесс покупки рекламного пространства в медиа
- Анализ эффективности рекламной кампании
- Исследование целевой аудитории

Задание №19

Какой из следующих типов рекламы направлен на создание имиджа компании?

- Прямые продажи
- Корпоративная реклама
- Реклама товаров
- Распродажа

Задание №20

Что такое А/В тестирование в рекламе?

- Метод анализа конкурентов
- Сравнение двух версий рекламы для определения более эффективной
- Метод анализа конкурентов
- Оценка качества продукта
- Способ создания креативной концепции

Задание №21

Какой из следующих инструментов используется для управления рекламными кампаниями в интернете?

- CRM-системы
- ERP-системы
- Ad Manager
- CAD-программы

Задание №22

Что такое бренд-амбассадор?

- Человек, который создает рекламу
- Лицо, представляющее бренд и продвигающее его
- Специалист по исследованию рынка
- Рекламное агентство

Задание №23

Что такое медиа-микс?

- Комбинация различных рекламных каналов
- Смешивание различных типов контента
- Процесс создания рекламного ролика
- Исследование целевой аудитории

Задание №24

Какой из следующих типов рекламы наиболее подходит для локального бизнеса?

- Телевизионная реклама
- Радиореклама
- Реклама в социальных сетях
- Печатная реклама

Задание №25

Что такое нативная реклама?

- Реклама, встроенная в контент
- Реклама, основанная на платных показах
- Реклама, использующая старые методы
- Реклама, размещенная на наружных носителях