

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ



Председатель приемной комиссии

Ректор

Д.А. Ендовицкий

21 октября 2022

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
ПРИ ПРИЕМЕ НА ОБУЧЕНИЕ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Воронеж

2022

I. Содержание основных тем вступительного испытания

1. Первая часть (письменная). Эссе.

Примерный перечень тем для написания эссе:

1. Реклама как искусство.
2. Связи с общественностью как современная деятельность.
3. Имидж – образ – репутация.
4. Что такое фирменный стиль.
5. Реклама и связи с общественностью: горизонты творчества.
6. Рекламист и пиармен – современные профессии.
7. Парадоксы шоковой рекламы.
8. Реклама, связи с общественностью и политика.
9. Реклама, связи с общественностью и культура.
10. Реклама, связи с общественностью и спорт.

2. Вторая часть (устная). Теория и практика рекламы и СО.

1. Реклама и связи с общественностью: общее и различное.
2. Реклама – связи с общественностью – журналистика.
3. Охарактеризуйте сущность понятий «товарный знак» и «бренд». Приведите примеры.
4. Фирменный стиль. Определение, константы, основные носители.
5. Достоинства и недостатки классических каналов продвижения (пресса, телевидение, радио, наружная реклама).
6. Покажите на конкретном примере этапы подготовки и реализации рекламной кампании.
7. Проиллюстрируйте на конкретных примерах особенности формирования имиджа в спорте (имиджеформирующие факторы).
8. Охарактеризуйте рекламу и СО в социокультурной сфере.
9. Опишите особенности продвижения и имиджирования в некоммерческом секторе.
10. Охарактеризуйте инструменты рекламы и СО в политической сфере. Приведите примеры из российских реалий

II. Литература

1. Голубкова Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации. – М.: Юрайт, 2017.
2. Горохов В.М., Гринберг Т.Э. (под ред.) Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии. – М.: 2017.
3. Евстафьев В. А., Молин А.В. Организация и практика работы рекламного агентства.. – М.: Дашков и К, 2017.
4. Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. История российской рекламы. Современный период. – М.: Дашков и Ко, 2017.
5. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. – М.: Юрайт, 2017.
6. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. – М.: Юрайт, 2017.
7. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. – М.: Дашков и К, 2018.
8. Ривз Р. Реальность в рекламе. – М.: Библос, 2017.
9. Рожков И. Я. Брендинг: – М.: Юрайт, 2017.
10. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. – М.: 2017.

III. Методические рекомендации.

III.1. Выполнение письменного задания.

В соответствии с предлагаемым заданием абитуриент должен написать сочинение-миниатюру (ответ). Приводимый выше список тем не является исчерпывающим и предлагается с целью знакомства абитуриента с характером предлагаемых заданий. Назначение данного задания – определить степень развития навыков письменной речи и умение ориентироваться в вопросах рекламы и связей с общественностью.

С целью достижения высокой оценки за письменное задание, абитуриентам рекомендуется:

- формировать содержание сочинения в соответствии с предложенной темой;
- давать написанному сочинению заглавие, соответствующее тексту;
- правильно структурировать содержание в соответствии с логикой построения текста (сочинение должно иметь начало и конец, быть законченным и цельным);
- логично и последовательно излагать содержание;
- аргументировано формулировать свое отношение к проблеме;
- уверенно владеть основными речевыми формами – описанием, повествованием, рассуждением;
- выражать в тексте свою авторскую позицию.

Все эти требования абитуриент должен сочетать со знаниями правил грамматики и пунктуации русского языка.

III.2. Выполнение устного задания (собеседование).

Цель собеседования – выявление знаний и коммуникативных способностей абитуриента, в том числе навыков устной речи.

Содержательной основой для собеседования является материал по истории и теории рекламы и связей с общественностью. Цель экзамена не только проверка знаний по данной дисциплине, но нацеленности на работу в массмедиа, а также в организациях, ведущих свою деятельность в сферах рекламы и связей с общественностью.

С целью достижения высокой оценки за устный ответ абитуриентам рекомендуется:

- связно, последовательно и логично излагать материал;
- аргументировано представлять свою точку зрения;
- отвечать на поставленные вопросы;
- поддерживать беседу по предложенной теме;
- аргументировано отстаивать свою позицию;

Беседа с абитуриентом является основанием для того, чтобы оценить:

- уровень знаний абитуриента в области дизайна;
- словарный запас, необходимый для их обсуждения.

IV. Критерии оценки знаний абитуриентов

Вступительное испытание оценивает знания в области рекламы и связей с общественностью, навыки и способности поступающих, необходимые для обучения на направлении 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Используется 100-балльная шкала оценивания; минимальное количество баллов – 40.

Максимальная оценка эссе – 60 (шестьдесят) баллов. Критерии оценки:

- умение раскрыть тему (хорошее знание предмета, ясно выраженная идея, наличие убедительных фактов и аргументов при освещении темы) – 20 (двадцать) баллов;
- оригинальность исполнения (способность наглядно, образно, эмоционально изображать события и факты) – 20 (двадцать) баллов;
- нормативная грамотность (уровень владения нормативной грамматикой и стилистикой) – 20 (двадцать) баллов.

Максимальная оценка устного ответа – 40 (сорок) баллов: по 20 (двадцать) за каждый ответ на два вопроса экзаменационного билета.

Глубокое знание и понимание предмета, в том числе терминологии и основных понятий; теоретических закономерностей; знаний фактических данных; логичность и четкость изложения материала – 20-18 баллов.

Хорошее знание и понимание предмета, в том числе терминологии и теоретических понятий; в целом грамотный ответ на экзамене с отдельными непринципиальными ошибками; недостаточно логичное и аргументированное изложение – 17-16 баллов.

Понимание в целом терминологии и теоретических закономерностей; существенные ошибки при изложении фактического материала; недостаточно логичный и аргументированный ответ на экзамене – 15-13 баллов.

Слабое и недостоверное знание терминологии и фактических данных, серьезные, принципиальные ошибки при ответе, неаргументированный ответ на экзамене – 12 и ниже.

Программа вступительных испытаний одобрена решением Совета факультета журналистики (протокол № 2 от 20 октября 2021 г).