

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ  
ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

**ПРИНЯТО**

На заседании  
Ученого совета  
Академии Матусовского  
Протокол № 4  
от «21» февраля 2024 г.

**УТВЕРЖДЕНО**

Приказом ректора  
Академии  
Матусовского  
Филиппов В.Л.  
№ 245-ОД  
от «22» февраля 2024 г.



**ПРОГРАММА**

вступительных испытаний профессиональной направленности и  
обществознание

Направление подготовки	<b>42.03.01</b>	<b>Реклама и связи с общественностью</b>
Основная образовательная программа	<b>Реклама и связи с общественностью</b>	
Квалификация выпускника	<b>Рекламист. Специалист по связям с общественностью. Пиарщик.</b>	
Форма обучения	<b>Очная, заочная</b>	

**СОГЛАСОВАНО**

Проректор по учебной работе

Н.С. Бугло

«12» марта 2024 г.

**ПОДГОТОВЛЕНО**

кафедрой рекламы и  
PR-технологий  
Протокол №7  
от «10» февраля 2024 г.

Составители:

Кондауров А. С. – доцент, заведующий кафедрой рекламы и PR-технологий  
Академии Матусовского.

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	5
Обществознание	6
Критерии оценки	9
Рекомендованная литература	10

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Испытание профессиональной направленности проводится для определения качества теоретических знаний и практических способностей абитуриентов на базе Академии Матусовского по программе, разработанной академией и утверждённой ректором Академии Матусовского. На направление подготовки «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью») принимаются лица, имеющие аттестат о полном среднем образовании или диплом высшего учебного заведения I – II уровней аккредитации.

Абитуриенты должны быть творчески одаренными, обладать развитым чутьём, основами логики, креативностью, мыслить определенными понятиями и категориями рекламного дела, владеть техническими навыками, а также знаниями в области общественных коммуникаций, истории рекламного дела.

Общая сумма баллов испытаний – 200.

## ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ

Обществознание – **проводится путём тестирования**. Максимальная сумма баллов – 100.

Вступительные экзамены по обществознанию представляют собой процесс проверки знаний и навыков студентов в данной предметной области. Эти экзамены проводятся для определения уровня подготовки и способностей абитуриентов перед поступлением в ВУЗ.

Вступительные экзамены по обществознанию проводятся в письменной форме. Письменная форма может включать выбор из нескольких вариантов ответов, заполнение пропусков, написание эссе или решение задач. Цель вступительных экзаменов по обществознанию состоит в том, чтобы оценить уровень подготовки абитуриентов, их способность критического мышления, анализа информации и применения теоретических знаний к практическим задачам. Результаты экзаменов помогают вузам выбрать наиболее подходящих студентов для обучения в области общественных наук и гуманитарных дисциплин.

Вступительный экзамен по Обществознанию обычно включает в себя тестовую часть, которая представляет собой набор вопросов, нацеленных на оценку знаний и понимания основных принципов и теорий этого предмета. Тестовая часть экзамена состоит из нескольких вопросов, каждый из которых имеет несколько вариантов ответов. Кандидатам предлагается выбрать один или несколько вариантов ответов, которые, по их мнению, являются правильными. Основная цель тестовой части вступительного экзамена по Обществознанию – определить уровень знаний абитуриентов в области социальных наук и их способность анализировать и интерпретировать социальные явления и процессы. Тестовые вопросы включают в себя различные темы, такие как политика, экономика, социальные группы, культура, международные отношения и др. Вопросы могут быть сформулированы как с учетом конкретных ситуаций или проблем, так и в более абстрактной форме. Кандидаты должны проявить знания теоретических

## **Примеры тем и направлений вопросов по обществознанию:**

1. Социально - гуманитарные науки. Классификация и специфика объекта их изучения. Предмет обществознания.
2. Философские учения о человеке и обществе в процессе их развития
3. Наука о происхождении человека и становлении общества.
4. Понятия «человек», «индивид», «личность». Периодизация развития личности (по Э.Эриксону). Факторы, влияющие на формирование личности.
5. Понятие и структура деятельности человека. Мотивы и виды деятельности. Потребности человека и их классификация.
6. Проблема познаваемости мира. Чувственное и рациональное познание, их основные формы.
7. Понятие и критерий истины. Абсолютная и относительная истина.
8. Понятие научного и ненаучного познания. Виды и роль ненаучного познания.
9. Понятие и системный подход к обществу. Сферы общественной жизни.
10. Основные институты общества, их функции.
11. Общество и цивилизация. Теория цивилизаций. Понятия прогресса и регресса в развитии общества.
12. Типы общества. Основные черты традиционного, индустриального и постиндустриального (информационного) общества.
13. Понятие исторического процесса. Роль народа и личности в истории.
14. Понятие, условия, виды и средства общения. Особенности общения в современном мире. Особенности и средства юношеского общения.
15. Понятие, виды, формы и функции культуры. Духовная культура личности. Понятие и формы толерантности.
16. Понятие, ценности и функции науки. Роль науки в современном обществе.
17. Образование как способ передачи знаний. Система образования в Российской Федерации. Тенденции в развитии образования.
18. Понятие морали и нравственности. Основные принципы и категории морали.
19. Понятие, виды и функции искусства в обществе.
20. Понятие, элементы, основные черты и функции религии. Мировые религии.

21. Понятие и виды социальных общностей и социальных групп.
22. Понятие стратификации общества. Типы стратификационных систем. Особенности стратификации современной России
23. Понятие и виды социальной мобильности. Факторы, влияющие на социальную мобильность.
24. Понятие, причины и типы маргинальности.
25. Понятие социального поведения. Факторы, влияющие на социальное поведение. Девиация.
26. Понятие, характерные черты и виды социальных ролей.
27. Понятие и виды социального статуса. Личный статус.
28. Понятие и виды социального контроля.
29. Понятие и типы социальных конфликтов. Позитивная и негативная роль социальных конфликтов.
30. Нации и национальные отношения. Проявление национализма в современных условиях.
31. Понятие и формы политики.
32. Понятие власти. Признаки и ресурсы политической власти.
33. Понятие, структура и функции политической системы. Политическая система России.
34. Понятие, функции и формы правления государства.
35. Понятие и типы политических режимов.
36. Понятие правового государства и гражданского общества. Становление правового государства в России.
37. Понятие, принципы и виды демократии в политической системе общества.
38. Понятие и уровни политического лидерства. Понятие политических элит. Теория элит Г. Моску и В. Парето.
39. Понятие и основные типы современной политической идеологии.
40. Понятие и типы избирательных систем. Принципы демократического избирательного права.
41. Понятие и типы политических партий. Партийная система России.
42. Понятие, типы и функции политической культуры.
43. Формы государственного устройства. Государственное устройство Российской Федерации.
44. Молодёжные группы и объединения в России. Молодёжная политика в Российской Федерации.

45. Понятие, особенности и субъекты международной политики.
46. Понятие геополитики. Формы геополитического контроля.
47. Понятие, субъекты, источники и функции права.
48. Понятие и виды отраслей права.
49. Конституционные права и свободы граждан.
50. Понятие закона и его виды.
51. Конституция РФ – основной закон государства. Признаки и функции конституции.
52. Понятие правонарушений и преступлений. Понятие и виды юридической ответственности.
53. Основные факторы производства. Понятие издержек производства и прибыли.
54. Понятие рынка и рыночной экономики. Виды рынков.
55. Понятие спроса и предложения. Факторы, влияющие на спрос и предложение.
56. Понятие рынка труда. Понятие и виды безработицы.
57. Понятие рынка капитала, его отличия от других факторов производства.
58. Понятие, виды и формы собственности.
59. Понятие договора и договорных отношений. Виды договоров.
60. Понятие и функции денег.

### **Критерии оценки**

**100-85 баллов** – абитуриент показал знания, эрудицию, дал развернутый и обоснованный ответ на три вопроса. Абитуриент продемонстрировал эрудированность при ответах на вопросы, знание теоретических основ рекламного дела, образную яркость в ответах, логичность и последовательность в воплощении тезисов, глубину аргументации, индивидуальную интерпретацию фактов из истории рекламы, убедительный артистизм.

**84-66 баллов** – абитуриент дал развернутый, обоснованный ответ на два вопроса, а третий был раскрыт не полностью. Абитуриент продемонстрировал общую эрудированность при ответах на вопросы, знание



основных теоретических законов рекламного дела, умение эмоционально отвечать на вопросы, способность формулировать тезисы, владеть аргументации, знание основных фактов из истории рекламы, убедительность.

**65-50 баллов** – абитуриент продемонстрировал среднюю эрудированность при ответах на вопросы, знание фактов из истории рекламного дела недостаточно развито, удовлетворительное владение риторическими средствами выразительности, способен ясно излагать свои мысли.

**49-0 баллов** – абитуриент ответил не на все вопросы, в ответах были существенные ошибки. Абитуриент не продемонстрировал эрудированность при ответах на вопросы, показал слабое владение знаниями из сферы рекламного дела, факты истории общественных коммуникаций представлены односторонне, интерпретация рекламных кейсов неубедительна.

## РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность : учебн. для студ. вузов / Ю. В. Гусаров, Л. Ф. Гусарова. — М. : ИНФРА-М, 2013.
2. Маркова, Е. В. Психология рекламы : учеб. нос. для студ. вузов / Е. В. Маркова. — М. : Форум, 2014.
3. Осиновская, И. Поэтика моды / И. Осиновская. — М. : Новое литературное обозрение, 2016.
4. Психология бизнеса : учебник для магистров / под общ. ред. Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — 2-е изд., 2016.
5. Тимофеев, М. И. Психология рекламы : учеб. пос. / М. И. Тимофеев. — 2-е изд. — М. : РИОР: ИНФРА-М, 2014.
6. Федотова, // Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова., 2016.
7. Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп., 2016.

