

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	4
Испытание профессиональной направленности	6
Критерии оценки	7
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.

## **ИСПЫТАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

Испытание профессиональной направленности – **проводится путём собеседования**. Максимальная сумма баллов – 100.

Экзамен профессиональной направленности - это проверка, нацеленная на оценку способностей абитуриента в различных аспектах творчества и профессионализма. Он включает оценку творческого потенциала, способности к самостоятельному и образному мышлению, умение ассоциировать информацию и проводить логический анализ, оригинальность в решении творческих задач, уровень образованности и грамотности, а также навыки работы с рекламой и общественностью в современном мире.

Устное собеседование, на котором определяется уровень эрудиции и творческих возможностей поступающего, его социальная зрелость, понимания силы политического, культурного, социального и этического рекламы и связей с общественностью на человека, уровень профессиональной ориентации абитуриента и его умение критически оценивать информацию современного рекламного и PR-пространства, наличие личностной позиции по отношению к получаемым сведениям, навыки индивидуальной коммуникации.

Абитуриентам предлагается подготовить устный ответ в стиле публицистики, который должен быть живым, подкрепленным фактами, тщательно отобранным и проанализированным, а также оформленным правильно. В этом творческом тексте оцениваются не только качества самого текста, но и личностные характеристики абитуриента, проявленные в нем: его творческий потенциал, способность к яркому, образному мышлению, умение логично и стилистически грамотно выражать свои мысли, глубина мышления, способность заинтересовать читателя своим произведением, широта образования и умение мыслить нестандартно.

## **Критерии оценки**

**100-85 баллов** – абитуриент продемонстрировал эрудированность при рассмотрении рекламного кейса, знание теоретических основ рекламного дела, образную яркость в ответах, логичность и последовательность в воплощении тезисов, глубину аргументации, индивидуальную интерпретацию фактов из истории рекламы, способность писать убедительный текст.

## ВОПРОС СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Дайте определение понятию реклам?
2. Что такое социальная реклама?
3. Какие функции выполняет реклама?
4. Что такое маркетинг?
5. Наружная реклама как элемент городского ландшафта
6. Принципы взаимодействия PR специалиста с прессой.
7. Что такое политическая реклама?
8. Что такое маркетинговые коммуникации?
9. Основные этапы планирования PR-кампаний.
10. Комическое в современной российской рекламе
11. Рекламная пресса в Луганске: кто, что и как рекламирует
12. PR деятельность с внешней аудиторией.
13. Особенности дизайна рекламы в изданиях для молодежи
14. Особенности содержания рекламы в изданиях для молодежи
15. Музыка в рекламных радиороликах
16. Музыка в рекламных видеороликах
17. PR деятельность с внутренней аудиторией.
18. Преимущества и недостатки электронных СМИ
19. Реклама в Интернете: современное состояние
20. Реклама в Интернете: перспектива развития
21. Роль PR в создании брендов.
22. Роль рекламы в создании брендов.

23. Роль рекламы в современном бизнесе
24. Стилистика рекламы в журналах для женщин
25. Стилистика рекламы в журналах для мужчин
26. Особенности рекламы в деловой прессе
27. Политическая реклама как форма политической коммуникации
28. Наружная реклама в коммуникативной системе небольшого города
29. Взаимосвязь рекламы и цензуры
30. Использование мифологии в рекламе
31. Дети как объект рекламного воздействия
32. Новые технологии в рекламном бизнесе
33. Оценки эффективности рекламной деятельности
34. Что такое медиа-планирование?
35. Ярмарки и выставки как средство маркетинговых коммуникаций
36. Реклама как элемент современной массовой культуры



## 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. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп., 2016.