

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова»  
Филологический факультет

**Принята на заседании**

Ученого совета ФЛФ

«29» января 2024 г.

Протокол № 4

**Утверждаю**



Жондорова Г.Е.

«29» января 2024 г.

**ПРОГРАММА**

вступительного испытания (профильная)

«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

для поступающих по программам бакалавриата

(на базе среднего профессионального образования)

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью. Сетевая программа (совместно с САФУ)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью)

## **Пояснительная записка**

Цель – проверка наличия творческих способностей у поступающих и личностных предпосылок к овладению направлением подготовки в сфере рекламы и связей с общественностью (или PR)

Задачи:

1. проверить уровень знаний поступающего;
2. выяснить мотивы поступления;
3. определить уровень интересов.

Разработчики программы: заведующий кафедрой Малардырова В.В., доценты кафедры Карнаухова А.А., Виниченко В.А.

### **Формы проведения вступительных испытаний**

1. Вступительное испытание представляет собой письменную работу (в виде эссе).
2. Работа проводится абитуриентом самостоятельно в дистанционной форме.
3. Абитуриенту даются темы для письменной работы, которые позволяют оценить его профессиональный и личностный потенциал
4. Перед вступительным испытанием проводится одна консультация для абитуриентов (в соответствии с утвержденным расписанием)
5. Письменная работа выполняется на русском языке
6. Для прохождения вступительного испытания абитуриент предъявляет паспорт (иной документ, удостоверяющий личность)
7. Оценка за вступительное испытание объявляется по завершению его проверки
8. Вступительное испытание оценивается по стобалльной шкале
9. В случае несогласия с выставленной оценкой абитуриент имеет право подать апелляцию

### **Требования к уровню знаний**

В основу программы вступительных испытаний положены квалификационные требования, предъявляемые к поступающим по выбранной программе.

В ходе вступительных испытаний поступающий должен показать:

1. представление о соответствующем направлении подготовки;
2. мотивы поступления на данное направление подготовки;
3. желание получить образование по рекламе и связям с общественностью.

Помимо письменной работы, абитуриент может представить портфолио. Это могут быть грамоты, сертификаты, дипломы, работы, выполненные на базе среднего

профессионального образования.

### **Перечень тем для написания письменной работы**

1. Какие новейшие достижения в области IT-технологий могут способствовать развитию рекламы и PR
2. Почему я выбрал профессию «Реклама и связи с общественностью»
3. Что должен уметь специалист по рекламе и PR
4. Какими качествами должен обладать специалист по рекламе и PR
5. Какие каналы сегодня являются для продвижения наиболее эффективными
6. Как искусственный интеллект может изменить рекламу и PR
7. Я – креативная личность
8. Почему сегодня так популярна специальность «Реклама и PR» во всем мире
9. Как можно использовать нейросети в рекламе
10. Как социальная реклама влияет на общество
11. Что такое хайп и зачем он нужен людям и брендам
12. Если у вас есть опыт создания рекламы, опишите его
13. Какие социальные сети вам известны и как бы вы их использовали для рекламы
14. Придумайте любую историю для того, чтобы сделать ее сюжетом для рекламы
15. Что такое фейк и как его распознать
16. Как можно использовать средства массовой информации (или СМИ) для рекламы и PR
17. Что такое имидж и почему он так важен сегодня любому человеку, предприятию или стране
18. Как можно создать свой бренд и зачем он нужен

### **Критерии оценивания**

Письменная работа должна демонстрировать у абитуриента стремление к профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (PR), творческое мышление и креативность, понимание важности использования цифровых технологий в будущей профессии

Рекомендации:

- Содержание должно соответствовать выбранной теме.
- Работа выполняется самостоятельно (авторский текст). В работе допускается прямое или косвенное цитирование с обязательной ссылкой на источник, ссылка дается в свободной форме. Выражение авторской позиции

- Опора на единый текстовый стиль (разговорный, официально-деловой, научный, публицистический или художественный, смысловые и грамматические связи предложений

- Соблюдение композиции: вступление, основная часть, заключительная часть.

Объем письменной работы может быть не менее 1-х и не более 2-х страниц (редактор Microsoft Word, шрифт Times New Roman, кегль 14, через 1,5 интервал, все поля – 2 см).

Вступительные испытания оцениваются по 100-балльной системе. Объявление результатов происходит в соответствии с графиком оценки вступительных испытаний.

Оценка от 80 до 100 баллов:

- содержание работы полностью соответствует теме;
- глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения, умение делать выводы и обобщения;
- стройное по композиции, логическое и последовательное изложение мыслей;
- четко сформулирована проблема эссе, связно и полно доказывается выдвинутый тезис;
- написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию;
- фактические ошибки отсутствуют;
- достигнуто смысловое единство текста, дополнительно использующегося материала.
- заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части.

Оценка от 55 до 79 баллов:

- достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее;
- обнаруживаются хорошие знания литературного материала, и других источников по теме сочинения и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения;
- логическое и последовательное изложение текста работы;
- четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе;
- в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис;
- написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию;
- имеются единичные фактические неточности;
- имеются незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей;
- заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части.

Оценка от 25 до 54 баллов:

- в основном раскрывается тема;
- дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему;
- допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала;
- обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения;
- материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей;
- выводы не полностью соответствуют содержанию основной части

Оценка от 0 до 24 баллов:

- тема полностью не раскрыта, что свидетельствует о поверхностном знании;
- состоит из путаного пересказа отдельных событий, без вывода и обобщений;
- характеризуется случайным расположением материала, отсутствием связи между частями;
- выводы не вытекают из основной части;
- многочисленные (60-100%) заимствования текста из других источников;
- отличается наличием грубых речевых ошибок.

### **Список рекомендуемой литературы**

1. Бернадская Ю. С., Дмитриева Л. М., Костылева Т. А. и др. Основы рекламы. — М.: ЮНИТИ-Дана, 2007. — 350с.
2. Вертакова Ю.В., Согачева О.В. Связи с общественностью. — Старый Оскол: ТНТ, 2012. — 316 с.
3. Карпова С. В. Рекламное дело: учебник. — М.: Изд-во Юрайт, 2021. — 431 с.
4. Коноваленко В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник. — Москва: Изд-во Юрайт, 2019. — 486 с.
5. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. — М.: Аспект Пресс, 2009. -
6. Марочкина С.С., Дмитриева Л.М., Азарова Е.В. Введение в специальность. Реклама. — М.: ЮНИТИ, 2009. — 237с.
7. Музыкант В. Л. Реклама: учебное пособие. — М.: РИОР, ИНФРА-М, 2019. — 208 с.

8. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2019. – 538 с.
9. Ромат Е.В. Реклама. — СПб.: Питер, 2013. – 506 с.
10. Селезнева Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 159 с.
11. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 552 с.
12. Фадеева Е.Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А. Связи с общественностью. – М.: Юрайт, 2016. – 263 с.
13. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 391 с.
14. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественность. - М., Аспект Пресс, 2012. – 157 с.
15. Щепилова Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров. – М.: Директ-Медиа, 2019. – 473 с.

#### **Список дополнительной литературы**

1. <http://pr-club.com>
2. <http://prodesign.ru>
3. <http://www.adme.ru>
4. <http://www.advertology.ru>
5. <http://www.createbrand.ru>
6. <http://www.logotypes.ru>
7. <http://www.pronline.ru>
8. <http://www.rosdesign.com>
9. <http://www.rudesign.ru>
10. <http://www.sovetnik.ru>