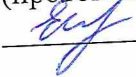


государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Магнитогорский педагогический колледж»

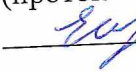


**ПРОГРАММА**  
**вступительных испытаний**  
**по специальности**  
**42.02.01 Реклама**


ПРИНЯТО:  
Решением Научно-методического совета  
(протокол от 23.01.2024 г. № 6)

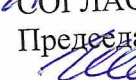
 Е.Ю.Иванова

СОГЛАСОВАНО:  
Решение Педагогического совета  
(протокол от 12.01.2024г. №4)

 Е.Ю.Иванова

ПРИНЯТО:  
С учетом мнения родителей  
(законных представителей)  
и обучающихся  
Советом колледжа  
(протокол от 01.02.2024г. № 1)

 Д.А. Кустыбаев

СОГЛАСОВАНО:  
Председатель профсоюзного комитета  
 Я.И. Иванько  
(протокол от 14.02.2024г. № 52)

УТВЕРЖДЕНО  
Приказом №38 от 29.02.2024г.

Директор государственного бюджетного  
профессионального образовательного  
учреждения «Магнитогорский  
педагогический колледж»



О.Ю. Леушканова

## ПРОГРАММА вступительных испытаний по специальности 42.02.01 Реклама

Вступительные испытания по специальности 42.02.01 Реклама проводятся в форме собеседования, просмотра портфолио и творческих работ абитуриентов.

Они проводятся в соответствии с Правилами приема в педагогический колледж в 2024 году с целью определения возможности поступающих осваивать соответствующие основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования.

Задача вступительных испытаний – оценить уровень личных достижений и сформированности творческих способностей абитуриентов, поступающих на специальность 42.02.01 Реклама.

Вступительные испытания проводятся в соответствии с графиком, утвержденным председателем приемной комиссии.

Содержание вступительных испытаний рассмотрено на Научно-методическом совете (Протокол № 6 от 23.01.2024 г.), согласовано на Педагогическом совете (Протокол № 4 от 12.01.2024 г.).

## **2. Содержание вступительных испытаний**

Вступительными испытаниями для абитуриентов, поступающих на обучение по специальности 42.02.01 «Реклама», являются оценка портфолио и собеседование.

Портфолио студента может состоять из двух частей:

1) портфолио достижений, содержащее информацию:

- об участии абитуриента в конкурсах, олимпиадах, смотрах;
- о публикации работ;

- о достижениях в процессе обучения в художественных школах, студиях и кружках.

2) портфолио работ, содержащее, собственно, творческие работы абитуриентов (в различной сфере деятельности).

В рамках вступительных испытаний абитуриенту предлагается презентовать портфолио любым удобным ему способом, а также ответить на вопросы в рамках собеседования.

Вопросы к собеседованию:

Собеседование проходит в форме диалога абитуриента с членами комиссии.

Типы вопросов:

- по содержанию работы;
- по художественному замыслу абитуриента при выполнении конкретной работы;

- по уточнению мотивации абитуриента для обучения по специальности «Реклама»;

- о прошлом опыте работы или обучения в области искусства.

Примеры вопросов:



- Почему вы решили изобразить именно такую композицию в своей работе?
- Какую идею вы хотели передать в своей работе?
- Чем обусловлен выбор цветового решения?
- Какой элемент является главным на вашей работе?
- Что, на ваш взгляд, должен знать и уметь специалист по рекламе?
- Чем вас привлекает именно эта специальность?
- Что вам больше всего нравилось на занятиях по художественным дисциплинам в школе (кружке, студиях)?
- Хватит ли вам целеустремленности для постоянной планомерной работы?
- Какая техника рисунка вам нравится больше всего?
- По какому принципу вы выбирали бы фотографии для рекламы?
- Знаком ли вам термин «рекламный дизайн»?
- Какие виды рекламы вы знаете?
- Знакомы ли вам принципы построения перспективы в рисунке?
- Работали ли вы с какими-то графическими редакторами (CorelDraw, Adobe Photoshop и т.п.)?
- Занимались ли вы самостоятельно созданием видеороликов, фотографией?
- Что сегодня вас раздражает в рекламе, что бы вы хотели изменить?
- Какое отношение к рекламе имеет маркетинг?
- Что повлияло на ваше решение пойти учиться на рекламиста?

### 3. Критерии оценивания

В портфолио кроме творческих работ абитуриентов принимаются во внимание документы, подтверждающие обучение в художественной школе (диплом, аттестат, удостоверение, сертификат), творческих кружках, 4 студиях и т.п., а также дипломы за участие в конкурсах городского, регионального и всероссийского и международного уровней, олимпиадах, выставках и др.

В процессе обсуждения учитывается аккуратность оформления портфолио и художественный уровень сделанных творческих работ в разных художественных техниках.

Вступительные испытания оцениваются по 100-бальной шкале.

Распределение по баллам представлено в Таблице 1.

## Критерии вступительных испытаний

№	Вид испытания	Содержание	Критерии оценивания
1	Портфолио: Участие в конкурсах, олимпиадах	Наличие дипломов и сертификатов за участие в конкурсах городского, областного, федеральных уровней	0-25 баллов
2	Портфолио: Обучение в художественных школах, студиях и кружках и т.п.	Наличие документов об успешности обучения в художественной школе и др.	0-25 баллов
3	Портфолио: творческие работы	Наличие не менее 10 авторских работ в любой технике исполнения: живопись, рисунок, фоторабота, компьютерная графика, ДПИ и т.д.	0-25 баллов
4	Собеседование	Абитуриент рассказывает об одной из своих работ и отвечает на вопросы членов комиссии	0-25 баллов

Количество баллов	Оценка
40 - 100	зачтено
0 - 39	не зачтено

Результаты вступительных испытаний отражаются в итоговой ведомости в цифровом выражении и в графе зачет (не зачет).

Рейтинговый балл для абитуриентов, поступающих на специальность 42.02.01 «Реклама» определяется на основании оценок, указанных в аттестате, и результатов вступительных испытаний - зачет.

В случае спорной ситуации, когда на одно оставшееся место претендуют два и более абитуриента с одинаковым рейтинговым баллом учитывается количество баллов, набранное на вступительных испытаниях.

#### 4. Список рекомендуемой литературы для подготовки к вступительным испытаниям

1. Бацюн, Н.В. Менеджмент в рекламе. - М.: РИОР ИНФРА, 2012. – 300с.
2. Песоцкий, Е.А. Реклама и мотивация потребителей.-М.: Издательство «Дашков и К»,2010.-224с.
3. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе. Учебник. – М.: «Дашков и К°», 2011.
4. Назайкин, Александр Наружная, внутренняя, транзитная реклама. Практическое пособие / Александр Назайкин. - М.: Солон-Пресс, 2014. - 304 с.
5. Щепилова, Г. Г. Реклама. Учебник / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. - М.: Юрайт, 2015. - 520 с.





