

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Южно-Уральский государственный колледж»

Согласовано:  
Заместитель директора по учебной  
работе  
\_\_\_\_\_ Староверова Е.С.

Утверждаю:  
Председатель приёмной комиссии  
\_\_\_\_\_ Д.В. Петров

Руководитель СП  
\_\_\_\_\_ Полякова Ю.В.

Заведующая кафедрой  
«Средства массовой информации»  
\_\_\_\_\_ Катаева Е.И.

**ПРОГРАММА**

вступительных испытаний творческой направленности  
по специальности 42.02.01 Реклама

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

При приеме абитуриентов на специальность 42.02.01 Реклама, у поступающих требуется наличие определенных творческих способностей, для определения которых проводятся вступительные испытания в порядке, установленном в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Абитуриенты, поступающие на специальность 42.02.01 Реклама, проходят вступительное испытание в соответствии с требованиями:

– приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 02 сентября 2020 года № 457 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования», зарегистрированного Министерством юстиции Российской Федерации 6 ноября 2020 г. регистрационный № 60770;

– приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 декабря 2015 г. № 1456 «О внесении изменений в Порядок приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 января 2014 г. № 36»

Перечень вступительных испытаний творческой направленности включает творческие задания, позволяющие определить уровень подготовленности поступающих в данной области профессиональной деятельности.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Вступительное испытание на специальность 42.02.01 Реклама проводится в форме творческого конкурса. Творческий конкурс — это экзамен, включающий выполнение практического квалификационного задания, позволяющий оценить творческие способности абитуриента по данной специальности.

Вступительные испытания включают в себя один этап: *очный*.

*Очный этап* выполняется в колледже, согласно графику вступительных испытаний и содержит:

– выполнение квалификационного задания в области рекламы, дизайна и копирайтинга.

## 3. СОДЕЖАНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

На очном этапе абитуриент выполняет квалификационное задание в колледже, где ему предлагается разработать ключевые элементы рекламной кампании для указанной организации, используя кейс-задание (возможные варианты: магазин цветов / салон мебели / пекарня-кондитерская).

Перед началом выполнения квалификационного задания абитуриенту выдается инструкция по выполнению задания, а также бланк для заполнения (Приложение 1).

За время проведения вступительного испытания, поступающий должен:

- разработать рекламную идею, нейм, слоган для организации;
- разработать мудборд в графическом редакторе или средствами MS Word или PowerPoint, используя для разработки фотографии и графические элементы из интернета;
- сохранить результаты работы в файле с названием, соответствующим фамилии абитуриента в папке, указанной экзаменатором.

Время выполнения квалификационного задания – 4 академических часа

***Требования:***

- продемонстрировать общий уровень эрудиции, креативности, оригинальности и образности мышления в разработке рекламной идеи, нейма, слогана для организации из кейс-задания;
- показать уровень художественной подготовки при разработке мудборда на основе базовых навыков владения приемами работы с формой, цветом и использованием графических или иных программных продуктов;
- продемонстрировать начальные навыки лингвистики при разработке рекламной идеи, нейма, слогана организации.

***Содержание ключевых элементов рекламной кампании, используемых в выполнении квалификационного задания:***

- ***рекламная идея*** – это основная смысловая и образная концепция, которая объединяет рекламные материалы, доносит уникальное торговое предложение до целевой аудитории и побуждает к действию;
- ***нейм*** – это уникальное, звучное название бренда, компании, продукта или услуги;
- ***слоган компании*** – это короткая, запоминающаяся фраза, выражающая суть, ценности, миссию или ключевое преимущество бренда или продукта;
- ***мудборд*** – это визуальный коллаж, состоящий из изображений, цветовых палитр, текстур, шрифтов и фотографий, который передает стиль, атмосферу и концепцию будущего проекта.

***Материальное обеспечение вступительного испытания***

Колледж предоставляет абитуриентам оборудованные рабочие места (компьютер, монитор, мышь, клавиатура), набор программного обеспечения (графический редактор, текстовый редактор, редактор для презентаций), инструкции для выполнения квалификационного задания.

#### 4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ.

Критерии оценки вступительных испытаний в форме творческого конкурса по специальности 42.02.01 Реклама направлены на выявление уровня подготовленности поступающих и умения использовать полученные знания при выполнении квалификационных заданий.

Творческий конкурс оценивается по 100-балльной шкале. Максимальное количество баллов – 100 баллов, минимальное – 0 баллов. Распределение максимального количества баллов по содержанию и этапам распределяется следующим образом:

Содержание вступительного испытания	Максимальный балл
Разработка рекламной идеи, нейма, слогана для организации по предложенному кейсу	<b>70 баллов</b>
Разработка мудборда	<b>30 баллов</b>
Максимальный балл за творческий конкурс	<b>100 баллов</b>

По итогам творческого конкурса формируется рейтинг, который является основанием для зачисления.

#### Критерии оценки очного этапа

##### *Критерии оценки разработки рекламной идеи, нейма, слогана для организации по предложенному кейсу*

Критерий	0 баллов	1-5 баллов	6-10 баллов	МАХ балл
<b>Разработка рекламной идеи</b>				<b>25</b>
<b>Креативность, оригинальность и образность мышления</b> при разработке рекламной идеи	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке рекламной идеи отсутствует	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке рекламной идеи присутствует, но нет понимания сути и задач рекламной идеи по некоторым позициям	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке рекламной идеи присутствует, есть понимание сути и задач рекламной идеи	<b>10</b>
<b>Навыки лингвистики</b> при разработке рекламной идеи	Навыки лингвистики при разработке рекламной идеи отсутствуют	Навыки лингвистики при разработке рекламной идеи присутствуют		<b>5</b>
<b>Соответствие полученного результата</b> поставленному заданию	Соответствие полученного результата поставленному заданию отсутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию частично присутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию присутствует полностью или в большей части	<b>10</b>
<b>Разработка нейма</b>				<b>МАХ балл</b>
<b>Критерий</b>	<b>0 баллов</b>	<b>1-5 баллов</b>	<b>6-10 баллов</b>	<b>20</b>
<b>Креативность, оригинальность и образность мышления</b> при разработке нейма	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке нейма отсутствует	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке нейма присутствует		<b>5</b>

<b>Рекламный язык</b>	Понимание особенностей рекламного языка отсутствует	Понимание особенностей рекламного языка присутствует		<b>5</b>
<b>Соответствие полученного результата поставленному заданию</b>	Соответствие полученного результата поставленному заданию отсутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию частично присутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию присутствует полностью или в большей части	<b>10</b>
<b>Разработка слогана организации</b>				<b>МАХ балл</b>
<b>Критерий</b>	<b>0 баллов</b>	<b>1-5 баллов</b>	<b>6-10 баллов</b>	<b>25</b>
<b>Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке слогана организации</b>	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке слогана организации отсутствует	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке слогана организации присутствует		<b>5</b>
<b>Рекламный язык</b>	Понимание особенностей рекламного языка отсутствует	Понимание особенностей рекламного языка присутствует		<b>5</b>
<b>Соответствие полученного результата поставленному заданию</b>	Соответствие полученного результата поставленному заданию отсутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию частично присутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию присутствует полностью или в большей части	<b>10</b>
<b>Навыки лингвистики при разработке слогана организации</b>	Навыки лингвистики при разработке слогана организации отсутствует	Навыки лингвистики при разработке слогана организации присутствует		<b>5</b>
<b>Максимальный балл за задание</b>				<b>70</b>
<b>Критерий</b>	<b>0 баллов</b>	<b>1-5 баллов</b>	<b>6-10 баллов</b>	<b>МАХ балл</b>
<b>Разработка мудборда</b>				<b>30</b>
<b>Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке мудборда</b>	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке мудборда отсутствует	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке мудборда присутствует, но нет полного понимания сути и назначения мудборда	Креативность, оригинальность и образность мышления при разработке мудборда присутствует, есть понимание сути и назначения мудборда	<b>10</b>
<b>Умение визуализировать творческую концепцию по заданию кейса</b>	Умение визуализировать творческую концепцию по заданию кейса в мудборде отсутствует	Умение визуализировать творческую концепцию по заданию кейса в мудборде присутствует, но не в полном объеме	Умение визуализировать творческую концепцию по заданию кейса в мудборде присутствует	<b>10</b>
<b>Соответствие полученного результата поставленному заданию</b>	Соответствие полученного результата поставленному заданию отсутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию частично присутствует	Соответствие полученного результата поставленному заданию присутствует полностью или в большей части	<b>10</b>
<b>Максимальный балл за задание</b>				<b>30</b>
<b>Максимальный балл за творческий конкурс</b>				<b>100</b>

## **5. ПРАВИЛА И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

До начала вступительных испытаний по специальности абитуриенты имеют право на групповую консультацию с преподавателем (членом экзаменационной комиссии). На консультации определяется задача и технические требования к заданию на вступительных испытаниях. Преподаватель проводит анализ работ из методического фонда по теме задания, рассматриваются примеры типичных ошибок.

На консультации с преподавателем (членом экзаменационной комиссии) определяется круг заданий, порядок проведения вступительных испытаний.

Результаты вступительного испытания публикуются на официальном сайте колледжа (<http://www.uugk.ru/>) на следующий день после сдачи.

## КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЯ

Сразу же пересохраните данный файл в папке, указанной экзаменатором. Имя файла должно соответствовать вашей фамилии.

Внимательно прочтите карточку объекта рекламирования (ниже по тексту).

### Кейс-задание №1

Разработать рекламную идею, нейм, слоган и мудборд для продвижения организации, реализующей услуги продажи и доставки цветов (город Челябинск). Интернет-магазин осуществляет быструю доставку свежих цветов по доступным ценам. Мы продаём флористические букеты, срезанные цветы, комнатные растения, декор и подарки. Радовать родных и близких стало проще, просто закажи цветы на нашем сайте из любой точки, а мы доставим их в кратчайшие сроки. География работы: Челябинск и Челябинская область.

### ВЫПОЛНИТЕ:

1. **Запишите в форму (Приложение 1) рекламную идею**, придуманную для организации рекламной кампании.

**Пример рекламной идеи:** Нам нужно организовать рекламную кампанию «умных» часов. Варианты:

- «В нужное время в нужном месте»;
- «Швейцарская точность с русским характером»;
- «Наше кредо – точность» и т.д. – все банально».

Идея «**Чтобы сохранить семью!**» является новой и точно удивит целевую аудиторию. Явной связи между часами и сохранностью семьи нет, но это вызывает вопросы и привлекает внимание неожиданным инсайтом. Иначе говоря, мы привлекли внимание клиентов неожиданным инсайтом. Нам осталось только выстроить яркую и многогранную рекламную кампанию с большой вариативностью развивающихся событийных сюжетов.

2. **Запишите в форму НЕЙМ**, придуманное для компании или продукта имя.

3. **Запишите в форму СЛОГАН**, придуманный для компании слоган.

4. **МУДБОРД.** В том же файле разместите макет мудборда. Мудборд может быть разработан в графическом редакторе или средствами MS Word или PowerPoint. Для создания мудборда используйте фотографии и элементы графики, взятые из интернета. Для оформления мудборда можно использовать разработанные вами рекламную идею, нейм и слоган. Пример мудборда – Приложение 2.

5. **Сохраните результаты работы.** Проверьте, что все результаты записаны в файле, а файл сохранён с названием вашей фамилии в нужной папке (указанной экзаменатором).

## Форма для заполнения

**ИНСАЙТ (Рекламная идея):**

---

---

---

---

---

**НЕЙМ:**

---

---

---

---

**СЛОГАН:**

---

---

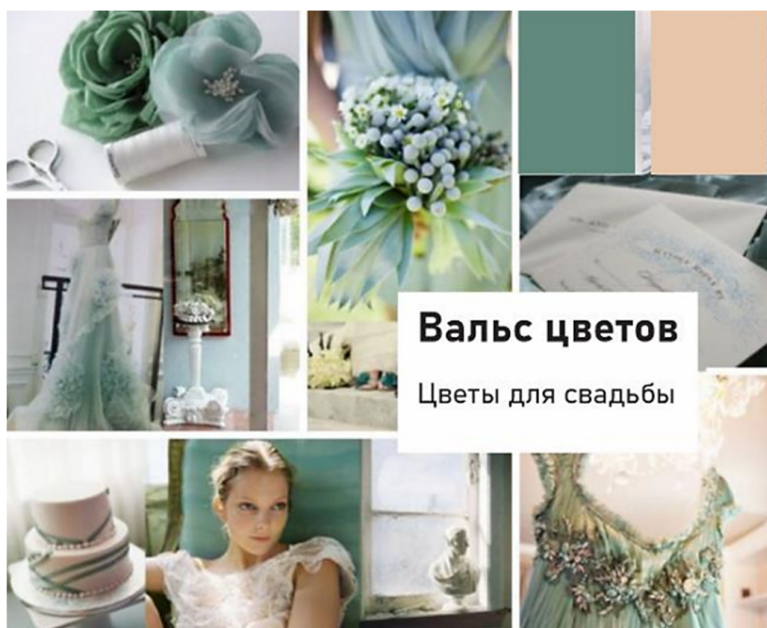
---

---

---

**МАКЕТ МУДБОРДА:**

*(Здесь в исходном документе находится изображение-пример мудборда с подписью "Истории для особых моментов")*



*Цветочные истории для особых моментов*

## Примеры мудбордов

### Мудборд дизайна интерьера в скандинавском стиле

Эта доска иллюстрирует ключевые черты скандинавского интерьера. В основе лежат нейтральные цвета, минимализм, естественные материалы и функциональность, которые отлично демонстрируются через изображения интерьеров, образцы текстур и цветовые палитры.

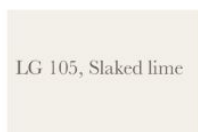
Мудборд квартиры



Основные цветовые сочетания



Цвет стен

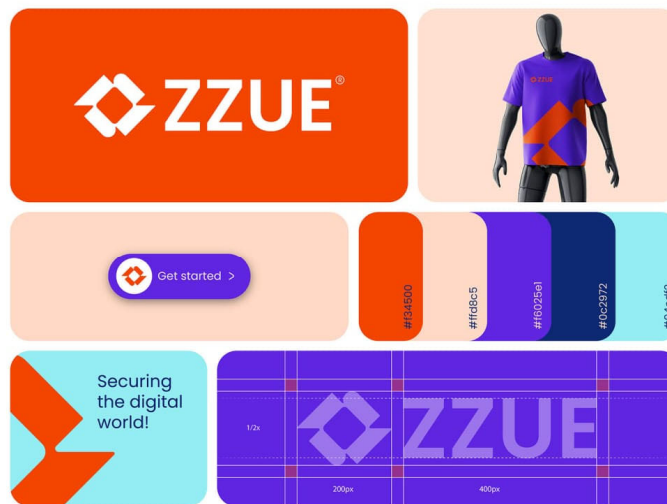


Напольное покрытие



### Мудборд визуального брендинга

Эта доска разработана для визуального брендинга модного магазина. Она включает логотип, цветовую палитру, типографику и изображения, передающие стиль и атмосферу бренда. Коллаж отражает эстетику и ценности компании.



## Примеры мудбордов

