



ИНН 7715290332  
ОГРН 1027739131375  
127273, Москва,  
ул. Отрадная, д.6  
тел.: +7 (495) 736-92-70  
e-mail: info@uni21.org  
https:// j-univer.ru

---

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Ректор ОЧУ ВО  
«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
\_\_\_\_\_ А.Л. Лебедев  
«    » \_\_\_\_\_ 2021 г.

## **ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО РЕКЛАМЕ**

**на базе СПО  
для поступающих на профиль «Реклама и связи с общественностью в  
коммерческой сфере»**

Программа рассмотрена  
и одобрена на заседании кафедры  
интегрированных коммуникаций  
(протокол № 2 от 04.10.2021)

Москва 2021

## **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Программа вступительного испытания по рекламе разработана для организации и проведения вступительных испытаний на обучение в ОЧУ ВО «Еврейский университет» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и сформирована на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего специального образования. В основе модели вступительного испытания - деятельностный подход, позволяющий осуществить проверку широкого спектра предметных умений и знаний в сфере рекламной деятельности.

Содержание вступительного испытания отражает интегральный характер курса рекламы: в совокупности задания охватывают основные разделы курса и базовые положения различных областей рекламы.

**Форма проведения вступительного испытания.** Вступительное испытание проводится в письменной форме и включает тестовые задания. В отдельных случаях может быть проведено собеседование. Вступительное испытание может проходить с применением дистанционных технологий.

**Время и условия проведения вступительного испытания.** Вступительное испытание проводится в течение 45 минут. Во время проведения вступительного испытания их участникам запрещается иметь при себе и использовать средства связи, с целью получения информации из внешних источников для выполнения заданий тестирования. Использование словарей и любых других справочных материалов на вступительных испытаниях не допускается.

## **СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО РЕКЛАМЕ**

### **Тема 1. Основы рекламной деятельности**

Цели и задачи рекламы. Функции рекламы. Основные структурные элементы рекламы. Правовые и этические регуляторы рекламной деятельности: их содержание и специфика. Реклама в контексте массовых информационных процессов. Основные этапы рекламной деятельности. Маркетинговая

концепция рекламы. Основные предметные сферы рекламы. Реклама в системе массовых коммуникаций. Принципы организации рекламы.

## **Тема 2. Каналы распространения рекламы**

Реклама в системе массовых коммуникаций. Процесс рекламной деятельности, основные его этапы. Психология рекламы и ее воздействие на различные сегменты потребителей. Специфика рекламной службы в СМИ. Фирменный стиль и его компоненты, используемые в рекламе. Роль общественных организаций и потребителей в регулировании рекламы. Средства массовой информации - газеты, журналы, радио и телевидение Каналы, используемые для директ мейл.

## **Тема 3. Рекламное агентство и рекламная кампания**

Специфика работы рекламного агентства полного цикла. Особенности работы с информационными каналами. Организация работы рекламного агентства. Менеджмент рекламы, пути оптимизации работы рекламных агентств. Особенности правового и этического регулирования рекламной деятельности в СМИ.

## **Тема 4. Рекламное обращение, его основные особенности. Виды и средства рекламы**

Психология воздействия и восприятия рекламного обращения. Психология рекламы и ее воздействие на различные сегменты потребителей. Реклама прямого воздействия. Реклама косвенного воздействия. Изучение и анализ содержания рекламы. Сущность и структура рекламного обращения. Элементы рекламного текста печатной рекламы в рамках отдельной товарной категории. Реклама как часть коммуникационной деятельности фирмы.

## **Тема 5. Принципы организации рекламы**

Две основные функции рекламы: информационная и побудительная. Значение рекламы как теоретического способа дифференциации товаров и услуг. Принципы рекламы: адресность, целенаправленность, постоянство, правдивость. Организация рекламы на внутреннем рынке. Организация рекламы на внешнем рынке. Практическая работа рекламных служб предприятий и объединений. Исходные материалы для коммерческо-товарной рекламы. Исходные материалы для рекламы престижной направленности.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник для среднего профессионального образования/ К. В. Антипов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 326 с. — ISBN 978-5-394-02394-1. — Текст : электронный

// Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85171.html>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — URL :

<https://urait.ru/bcode/489829>

3. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 538 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85319.html>.— ЭБС «IPRbooks»

4. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — URL :

<https://urait.ru/bcode/495461>

5. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — URL :

<https://urait.ru/bcode/489961>

## Тест по Рекламе

---

(фамилия, имя, отчество абитуриента)

### Вариант 1

#### **Вопрос 1. Логотип - это...**

- а) оригинальное графическое начертание имени фирмы или названия товара
- б) рекламный девиз
- в) рекламный текст в газете или журнале
- г) подпись под рекламной фотографией

#### **Вопрос 2. Основной нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы это:**

- а) свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации
- б) Закон РФ «О рекламе»
- в) Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»
- г) налоговая декларация юридического лица, занятого производством и распространением рекламного продукта

#### **Вопрос 3. Какой орган осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе?**

- а) Правительство РФ
- б) Федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы
- в) органы внутренних дел
- г) Роспотребнадзор

#### **Вопрос 4. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:**

- а) сейлз-промоушн
- б) паблик-релейшнз
- в) директ-маркетинг
- г) таргетинг

#### **Вопрос 5. Что такое буклет?**

- а) малоформатное несфальцованное недорогое издание
- б) многостраничное, сброшюрованное и хорошо иллюстрированное издание

небольшого формата

в) сфальцованное и, как правило, многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание

**Вопрос 6. Как называется процарапывание на стенах домов жителями античного города различных надписей?**

- а) граффити
- б) альбум
- в) милиарии

**Вопрос 7. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:**

- а) почтовая реклама
- б) наружная реклама
- в) подарочные изделия
- г) рекламные сувениры

**Вопрос 8. Что такое брандмауэр?**

- а) крупноформатные отдельно стоящие конструкции с внешней подсветкой
- б) крупные рекламные конструкции, расположенные на глухих стенах зданий, свободных от окон
- в) отдельно стоящая раскладная и выносная конструкция, располагающаяся вблизи от рекламируемого объекта

**Вопрос 9. Кто такой медиабайер?**

- а) менеджер по размещению рекламных сообщений в средствах массовой информации
- б) агент по приобретению рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы
- в) специалист по планированию графика размещения рекламных сообщений в средствах массовой информации

**Вопрос 10. Что представляет собой рекламный процесс?**

- а) процесс создания рекламной продукции
- б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка
- в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю

## Тест по Рекламе

---

(фамилия, имя, отчество абитуриента)

### Вариант 2

**Вопрос 1. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:**

- а) стратегия рекламы
- б) понимание
- в) задача рекламы
- г) принцип рекламы

**Вопрос 2. Распространение информации о существовании продукта – это:**

- а) понимание
- б) отношение
- в) знание
- г) намерение

**Вопрос 3. Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем – это:**

- а) директ-маркетинг
- б) сейлз-промоушн
- в) паблик-релейшнз
- г) таргетинг

**Вопрос 4. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:**

- а) рынок
- б) рекламное агентство
- в) средство распространения рекламы
- г) таргетинг

**Вопрос 5. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах товаров и услуг, пробуждает интерес к ним?**

- а) товарная реклама
- б) престижная реклама
- в) информативная реклама
- г) увещательная реклама

**Вопрос 6. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:**

- а) 10
- б) 6
- в) 8
- г) 12

**Вопрос 7. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:**

- а) проспект
- б) буклет
- в) листовка
- г) плакат

**Вопрос 8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это:**

- а) радиожурнал
- б) радиоролик
- в) радиообъявление
- г) радиорепортаж

**Вопрос 9. Рекламно-информационное письмо относится к:**

- а) рекламным материалам
- б) почтовой рекламе
- в) рекламным сувенирам
- г) наружной рекламе

**Вопрос 10. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:**

- а) фирменные упаковочные материалы
- б) фирменные сувенирные изделия
- в) подарочные изделия
- г) серийные сувенирные изделия