

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Севастопольский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель приемной комиссии



В.Д.Нечаев
(Ф.И.О)

» 2026 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ НА БАЗЕ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Основы рекламы

(название вступительного испытания)

уровень высшего образования

бакалавриат

(название уровня ВО)

квалификация

бакалавр

(название)

Севастополь
2026

Программа вступительного испытания по основам рекламы при приеме на обучение по специальности бакалавриата: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

1. Разработана на кафедре «Социально-философские и политические науки» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» в соответствии со следующими нормативными документами:

– Порядок приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 27.11.2024 № 821;

– Правила приема в федеральное государственное автономное учреждение высшего образования «Севастопольский государственный университет» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в 2026 году;

– Положение о приемной комиссии федерального государственного автономного учреждения «Севастопольский государственный университет»;

– Положение о экзаменационных комиссиях федерального государственного автономного учреждения высшего образования «Севастопольский государственный университет»;

- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552;

- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 Издательское дело, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г., N 511 (с изменениями и дополнениями 13 июля 2021 г.);

- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100

2. Разработчики программы: Шавардова Е.Ю., доцент кафедры «Социально-философские и политические науки», кандидат политических наук.

3. Утверждена на заседании кафедры «Социально-философские и политические науки» от «25» ноября 2025 г., протокол №4.

Председатель

экзаменационной комиссии,

профессор кафедры «Социально-философские

и политические науки»



(подпись)

17.12.25

(дата)

Е.Н. Максимова

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1. Общие положения и порядок проведения вступительного испытания...	4
2. Основное содержание программы вступительного испытания.....	5
3. Шкала оценивания и минимальное количество баллов подтверждающее успешность прохождения вступительного испытания.....	9
4. Список рекомендуемой литературы для подготовки к вступительному испытанию.....	11

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

1.1. Программа вступительных испытаний по *направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью* по программе «*Основы рекламы*» включает в себя экзамен.

1.2. Программа вступительных испытаний содержит описание процедуры, программы вступительных испытаний и критерии оценки ответов.

1.3. Вступительные испытания проводятся на *русском* языке.

1.4. Организация и проведение вступительных испытаний осуществляется в соответствии с Правилами приема, утвержденными приказом ректора, действующими на текущий год поступления.

1.5. По результатам вступительных испытаний, поступающий имеет право на апелляцию в порядке, установленном Правилами приема, действующими на текущий год поступления.

1.6. Программа вступительных испытаний по *направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью* по программе «*Основы рекламы*» ежегодно пересматривается и обновляется с учетом изменений нормативно-правовой базы РФ в области высшего образования и локальных документов, регламентирующих процедуру приема в СевГУ.

1.7. Программа вступительных испытаний публикуется на официальном сайте СевГУ не позднее даты, указанной в Правилах приема, действующих на текущий год поступления.

2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Тема 1. ПРЕДМЕТ, СОДЕРЖАНИЕ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ

Понятие и сущность рекламы, ее основные функции. Реклама как особый вид социальной коммуникации. Классификация по цели программы. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Процесс рекламной коммуникации. Реклама как сфера профессиональной деятельности. Жизненный цикл товара. Целевая аудитория.

Тема 2. КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМЫ.

Использование различных параметров классификации: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям, по прочим параметрам. Основные виды рекламы: коммерческая, социальная реклама, политическая реклама. Above-the-line и below-the-line реклама. Коммуникативные особенности традиционной рекламы.

Тема 3. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В РЕКЛАМЕ

Определения маркетинга. Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и его структура. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Основные коммуникационные характеристики рекламной деятельности. Появление понятия «интегрированных маркетинговых коммуникаций» (начало 1990-х гг.). Структура маркетинговых исследований в рекламе. Объекты и субъекты маркетинговых исследований.

Тема 4. СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ.

Реклама в периодической печати. Особенности и специфика. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности телевизионной рекламы. Показатели эффективности и стоимости рекламы на ТВ. Методы измерения телеаудитории и составление рейтинга. Совокупный рейтинг. Основные виды рекламы на телевидении. Преимущества и недостатки телерекламы. Разработка телевизионной рекламы и этапы ее создания.

Использование радиовещания в рекламных целях. Особенности радио как средства распространения рекламы. Виды рекламы по радио. Факторы, влияющие на радиорекламу.

Использование сети Интернет в рекламной практике. Аудитория всемирной сети. Методы продвижения и особенности рекламы в сети. Виды Интернет-рекламы. Реклама по почте (direct-mail). Типы рекламы по почте. Клиентские базы данных. Наружная реклама: основные носители, эффективность, аудитория. Требования, предъявляемые к наружной рекламе. Особенности дизайна и типы конструкций для наружной рекламы. Специфика правового регулирования наружного рекламного бизнеса. Российский рынок наружной рекламы, его основные проблемы. Вспомогательные средства рекламы. Рекламные сувениры. Ярмарки и выставки.

Тема 5. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ.

Понятие и цели рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Планирование рекламной кампании. Подготовка брифа. Использование сегментационного анализа для определения целевой аудитории. Разработка рекламной идеи и стратегии рекламной кампании. Принятие решения о рекламном сообщении. Содержание рекламного сообщения. Компоненты успешной рекламы: резонанс и значимость. Тон рекламного обращения. Мотивы и стили рекламы. Структура рекламного сообщения. Особенности планирования содержания рекламных сообщений в печатной и телевизионной рекламе. Составление медиаплана рекламной кампании. Выбор средств

3. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ И МИНИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ, ПОДТВЕРЖДАЮЩЕЕ УСПЕШНОСТЬ ПРОХОЖДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

3. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ И МИНИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ, ПОДТВЕРЖДАЮЩЕЕ УСПЕШНОСТЬ ПРОХОЖДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Результаты сдачи экзамена оцениваются по 100-балльной шкале.

Максимально возможная суммарная оценка – 100 баллов.

Минимальный балл по предмету на 2026 год – **45 баллов.**

Задание считается выполненным верно, если экзаменуемый отметил номер правильного ответа.

Задание считается невыполненным в следующих случаях:

- 1) указан номер неправильного ответа;
- 2) указаны номера двух и более ответов, даже если среди них указан номер правильного ответа;
- 3) номер ответа не указан.

Каждое правильно выполненное задание оценивается соответствующими баллами в 5 баллов.

КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ ПО «ОСНОВАМ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА»

Тесты № п/п	Количество баллов за правильный ответ	Тесты № п/п	Количество баллов за правильный ответ
1.	5	11.	5
2.	5	12.	5
3.	5	13.	5
4.	5	14.	5
5.	5	15.	5
6.	5	16.	5
7.	5	17.	5
8.	5	18.	5
9.	5	19.	5
10.	5	20.	5

4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

1. Синяева, И.М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, ОН. Жильцова, Д.А. Жильцов. — М : Юрайт, 2022. 552 с, — (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-15083-4, — Текст : электронный // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

2. Карпова, СВ. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / СВ. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. М : Юрайт, 2022, — 431 с. -- (Профессиональное образование),- ISBN 978-5534- 11216-0. -- Текст : электронный // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт], — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>.

3. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 538 с. : ил.— URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142>

4. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П. А. Кузнецов. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 296 с. : ил. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073>

НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс. — URL: <https://lwww.consultant.ru/document/ doc LAW 58968>.

2. Федеральный закон от 14.07.2022 № 286-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и Федеральный закон “О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации”».

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. КонсультантПлюс. — URL: <https://www.consultant.ru> (законодательные акты).

2. Академик, — URL: <https://dic.academic.ru> (терминологические слова).