ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01599C4E006CAFEE864213B9F432AFF986
Владелец: Керимова Лада Алиевна
Действителен: с 15.12.2022 до 15.03.2024

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПООФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор АНПОО
Уральский экономический
колледж

Л.А.Керимова

ПРОГРАММА ТВОРЧЕСКОГО ИСПЫТАНИЯ

для поступающих на 1 -й курс на программу подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама»

Екатеринбург
2023

1. ЦЕЛИ ТВОРЧЕСКОГО ИСПЫТАНИЯ

- определение степени заинтересованности абитуриентов в выбранной профессии;
- выявление творческих и коммуникативных способностей абитуриентов;
- оценка степени знакомства со спецификой рекламной деятельности и/или деятельности в иной сфере коммуникаций.

2. УМЕНИЯ И НАВЫКИ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПОСТУПЛЕНИЯ

Абитуриент должен демонстрировать стойкое желание обучаться по направлению подготовки «Реклама», проявлять интерес к профессиональному развитию в сфере коммуникаций, иметь начальные навыки написания текстов, обладать общей эрудицией, быть знакомым со спецификой рекламной деятельности и/или деятельности в сфере онлайн-коммуникаций.

При оценке творческого испытания абитуриента учитываются следующие позиции:

- умение связно формулировать и излагать свои мысли в устной и письменной форме;
- креативность, оригинальность и образность мышления;
- наличие портфолио (необязательно, однако повышает вероятность прохождения творческого испытания).

3. ЭТАПЫ ТВОРЧЕСКОГО ИСПЫТАНИЯ И ИХ ДЕТАЛИЗАЦИЯ

1. Устное собеседование с демонстрацией портфолио: поступающие рассказывают комиссии о том, почему они выбрали данную специальность, как они видят свою будущую деятельность в сфере коммуникаций, демонстрируют и комментируют портфолио.

Продолжительность собеседования — 10-15 минут. Возможно проведение с использованием дистанционных образовательных технологий.

1. В портфолио поступающего могут войти:

Виды работ	Правила оформления работы
Подготовленные поступающим рекламные публикации (объявления, макеты печатной рекламы, сценарии аудио и видеороликов, слоганы и девизы, логотипы и эмблемы)	Предоставляются в виде распечатки на бумаге. В заголовке указывается вид канала/носителя, для которого подготовлена публикация, дата подготовки
Опубликованные аудио и видеоработы (репортажи, съемки для видеоблога, подкасты и т.д.)	Предоставляются на карте флеш-памяти в виде аудио и видеофайлов.
Публикации в блоге или аккаунте в социальной сети, рассчитанные на массовую аудиторию	Предоставляются в виде распечатки на бумаге. Указывается URL записи в блоге или аккаунте, дата публикации
Опубликованные журналистские тексты	Предоставляются в виде целого номера газеты или журнала. В виде исключения возможно предоставление вырезки, заверенной печатью СМИ

Сценарии мероприятий (праздников, концертов, акций, флэшмобов и т.д.)	Предоставляются в виде распечатки на бумаге. Если мероприятие было проведено, дополнительно можно предоставить фотографии, сувениры, отзывы участников
Сертификаты, справки про прохождение обучения на курсах, тренингах и мастерклассах по любым направлениям коммуникационной деятельности (например, риторике, рекламе, актерскому мастерству	Предоставляются в оригинале или заверенной копии
Грамоты, дипломы, благодарности за участие и другие документы, подтверждающие участие в творческих конкурсах	Предоставляются в оригинале или в заверенной копии

2. Письменное творческое испытание:

Часть А.

Тестирование, в рамках которого проверяется наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности, выражающееся в наличии представлений по следующей тематике:

1. Цвета. Цветовая палитра.
2. Реклама как вид деятельности.
3. Функции рекламы.
4. Субъекты рекламной деятельности.
5. Этапы рекламного процесса.
6. Целевая аудитория рекламы.
7. Эффективная и неэффективная реклама.
8. Возможные ошибки рекламодателей.

Часть С.

Творческие задания, в рамках которых поступающему предлагается выразить свою точку зрения относительно рекламных продуктов и разработать проект рекламного продукта.

С1. Поступающим предлагается выразить мнение относительно возможных причин низкой эффективности рекламного продукта.

С2. Поступающим предлагается определить рекламируемый продукт и возможную целевую аудиторию одного из рекламных продуктов.

С3. Поступающим предлагается разработать проект рекламного объявления в формате «бегущей строки» с использованием данных о производителе и продукте.

Продолжительность письменного творческого испытания — 90 минут. Возможно проведение с использованием дистанционных образовательных технологий.

4. ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Этап творческого испытания	Критерии оценивания (по степени убывания значимости):	Диапазон оценки
Собеседование и анализ портфолио	Опыт реализации коммуникационных проектов. Мотивированность к обучению по выбранной специальности. Коммуникативные навыки и социальная адаптированность. Общая эрудиция поступающего.	От 0 до 40 баллов
Часть А.		
А1.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
А2.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
А3.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
А4.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
А5.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
А6.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
А7.	Наличие у поступающего первичного интереса к выбранной творческой специальности. Наличие первичных представлений по вопросу. Правильность ответа.	От 0 до 3 баллов
Часть С.		
С1.	Креативность, оригинальность и образность мышления. Понимание взаимосвязей между качеством рекламного продукта и его эффективностью. Соответствие полученного результата поставленному заданию.	От 0 до 10 баллов

С2.	Креативность, оригинальность и образность мышления. Понимание необходимости соответствия рекламного продукта потребностям целевой аудитории. Соответствие полученного результата поставленному заданию.	От 0 до 10 баллов
С3.	Креативность, оригинальность и образность мышления. Понимание особенностей рекламного языка. Понимание необходимости соответствия рекламного продукта ограничениям формата. Соответствие полученного результата поставленному заданию. Свобода владения языком.	От 0 до 10 баллов

Результаты вступительного испытания оцениваются по зачетной системе. Перевод баллов в результаты отражен в таблице:

Количество баллов	Шкала оценивания
41-81	зачтено
0-40	не зачтено