



**Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Калужский государственный университет им. К.Э.  
Циолковского»**

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ, ПРОВОДИМЫХ  
УНИВЕРСИТЕТОМ САМОСТОЯТЕЛЬНО,  
для лиц, имеющих среднее профессиональное образование, для поступления  
по программам бакалавриата**

**«РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ»**

## **Пояснительная записка**

Настоящая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

**Целью вступительного испытания** является проверка наличия творческих способностей абитуриента и личностных предпосылок к овладению профессией специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью и отбор среди поступающих лиц наиболее способных и подготовленных к освоению программы бакалавриата 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

### **Проверяемые способности, качества, знания, умения и навыки абитуриента:**

- Творческие способности.
- Социальная ориентированность.
- Широта кругозора.
- Ориентированность в сфере рекламы и связей с общественностью.
- Мотивация выбора профессии.
- Предрасположенность к работе в сфере рекламы и связей с общественностью.
- Самостоятельность суждений.
- Навыки письменной коммуникации.

Вступительное испытание проводится в рамках конкурса и сдается однократно. Вступительное испытание проходит в один этап: **написание эссе** на тему, соответствующую профилю образовательной программы, абитуриентом непосредственно в день экзамена.

Вступительное испытание оценивается по **100-балльной** системе.

## **Содержание вступительного испытания**

1. Написание эссе по одной из предложенных тем.
2. Работа выполняется в письменном виде.
3. Выполненная работа сдается по истечении времени экзамена.
4. Продолжительность написания – 120 минут.
5. Абитуриент не вправе пользоваться любыми программами и сервисами передачи данных (мессенджерами, электронной почтой и т. п.).
6. Текст пишется в свободной форме на актуальную проблему сферы рекламы в день проведения экзамена.

7. Темы абитуриент получает в день проведения экзамена.
8. Объем текста не менее 150–200 слов, стиль абитуриент выбирает самостоятельно.

**Эссе** — это самостоятельная работа на определенную тему, предложенную экзаменационной комиссией.

**Эссе включает три основных раздела:**

### **1. Введение**

- Краткое обоснование интереса к выбранной теме, изложение понимания и подхода к проблеме.
- Обозначение цели написания эссе и краткие определения ключевых терминов.

### **2. Содержание основной части**

- Развитие аргументации и анализ социального явления и факта, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу; обоснование (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемой аргументации. Следует привести собственные суждения.
- Последовательное, логичное доказательное раскрытие выбранной темы.

### **3. Заключительная часть**

- Включение самостоятельно проведенного анализа выбранной проблемы.
- Подтверждение (при необходимости) теоретических суждений цитатами.
- Обобщающий и аргументированный вывод по теме с указанием области ее применения.
- Выводы по предложенной теме.

#### **Примерные темы эссе**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
5. ?
6. -
- 7.

#### **Предназначение эссе:**

- 1) определение способности абитуриента оперировать фактами при создании текста, в частности:
  - умение установить смысловые связи между разрозненными фактами;

- умение оценивать факты по степени их важности;
- умение выявить и правильно использовать факты, создающие эффект актуальности рассуждений.

2) определение способностей абитуриента к созданию связного, законченного, композиционно цельного описания проблемы:

- умение подготовить на основе предложенных фактов логически выстроенный текст;
- умение выстроить на основе предложенного набора фактов связное, непротиворечивое, максимально полное описание общей картины проблемы;
- умение пользоваться различными композиционными ходами при создании текста;
- умение создать выразительный, емкий и точный заголовок, соответствующий содержанию текста.

3) определение уровня языковой культуры абитуриента:

- степень нормативности языковых параметров текста (грамматических, пунктуационных, стилистических);
- степень разнообразия языковых средств, используемых при описании проблемы.

**При написании эссе абитуриент должен:**

- a) раскрыть выбранную тему;
- b) показать знания в области рекламы и связей с общественностью;
- c) продемонстрировать способности к поиску, анализу и обобщению актуальной информации;
- d) излагать свои мысли доходчиво, логично, связно, в соответствии с нормами русского языка и орфографии;

**При выставлении оценки учитываются следующие критерии:**

- a) точность и полнота раскрытия темы – от 0 до 40 баллов;
- b) разнообразие источников и корректность их использования – от 0 до 20 баллов;
- c) композиция и логика построения материала – от 0 до 20 баллов.
- d) стиль и грамотность – от 0 до 20 баллов.

## Рекомендуемая литература

### *Основная литература*

1. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 384 с.
2. Москалев, С. М. Реклама и связи с общественностью в профессиональной деятельности: учебное пособие / С. М. Москалев, Я. И. Семилетова, Т. Г. Виноградова. — 2-е изд., доп. — Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021. — 150 с.
3. Основы рекламы и связей с общественностью: учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 286 с.
4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва: РосНОУ, 2019. — 299 с.  
<https://reader.lanbook.com/book/162184?lms=197724a0f61bbe5673d970b50cbc4998>

### *Дополнительная литература*

1. Киричѐк, П. Н. Эссе о прессе: опыты медиакритики / П. Н. Киричѐк. — Москва: МосГУ, 2023. — 448 с.
2. Колобова, Е. Ю. Введение в коммуникационные специальности: учебное пособие / Е. Ю. Колобова. — Санкт-Петербург: СПбГИКиТ, 2022. — 159 с.