




МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОЛЛЕДЖ
ИСКУССТВ И КОММУНИКАЦИЙ
105264, Москва, ул. Верхняя Первомайская, д.53
Тел.: (495)603-85-77, Факс: (495)603-80-44
E-mail: collej@igumo.ru www.igumo.ru/collej

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель ректора по учебной работе
Белогорцева И.Е. 

ПРОГРАММА ТВОРЧЕСКОГО ИСПЫТАНИЯ
Для поступающих на 1-й курс программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности
42.02.01 «Реклама»

Москва
2021

Содержание:

1. Цели творческого испытания.
2. Требования к уровню владения дисциплиной.
3. Структура творческого испытания и оценочные средства.

1. Цели творческого испытания.

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

2. Требования к уровню владения дисциплиной.

Поступающий 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 поступающего 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. Структура творческого испытания и шкала оценивания

1. Разработка рекламного слогана для предложенного объекта рекламы (письменно): поступающим будет предложен определенный предмет (например, маркер) и его торговая марка (бренднейм), описана целевая аудитория – группа покупателей, на которую нацелен данный товар. Необходимо придумать от 1 до 5 вариантов рекламного слогана – короткой динамичной фразы, выражающей суть торгового предложения и ориентированной на данную аудиторию. Срок выполнения – 15 минут.

2. Разработка скетча (схематичного наброска) рекламного макета для предложенного объекта рекламы: поступающим будет предложено разработать макет рекламного сообщения, содержащего визуальную

часть (фото или рисунок) и текстовую часть (рекламный текст). Объект рекламы предлагается тот же, что был предложен на первом этапе. Макет готовится в форме скетча – схематичного наброска без подробной проработки. В макете можно использовать разработанный на первом этапе слоган. Срок выполнения – 30 минут.

3. 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.

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
Конкурсные работы, направленные на портал «Одаренные дети»	Предоставляются в виде распечатки на бумаге. Если условия конкурса предполагали создание аудио или

	видеопрокта, их можно представить на карте флеш-памяти в виде аудио и видеофайлов.
Сертификаты, справки про прохождение обучения на курсах, тренингах и мастер-классах по любым направлениям коммуникационной деятельности (например, риторике, рекламе, актерскому мастерству, работе в соцмедиа), в частности, в Школе актуальных коммуникаций ИГУМО	Предоставляются в оригинале или в заверенной копии
Грамоты, дипломы, благодарности за участие и другие документы, подтверждающие участие в творческих конкурсах	Предоставляются в оригинале или в заверенной копии

Шкала и критерии оценивания:

Этап творческого испытания	Критерии оценивания (по степени убывания значимости):	Диапазон оценки
Разработка рекламного слогана	<ul style="list-style-type: none"> • Креативность, оригинальность и образность мышления; • Понимание особенностей рекламного языка; • Понимание сути и задач рекламных слоганов • Соответствие полученного результата поставленному заданию • Свобода владения языком 	От 15 до 25 баллов
Разработка скетча (схематичного наброска) рекламного макета	<ul style="list-style-type: none"> • Креативность, оригинальность и образность мышления; • Понимание особенностей рекламного языка; • Понимание сути и задач рекламных макетов; • Соответствие полученного результата поставленному заданию; • Умение формулировать творческие концепции и воплощать их визуально. 	От 15 до 25 баллов

Устное собеседование с демонстрацией портфолио	<ul style="list-style-type: none">• Опыт реализации коммуникационных проектов;• Мотивированность к обучению по выбранной специальности;• Коммуникативные навыки и социальная адаптированность;• Общая эрудиция поступающего.	От 0 до 20 баллов
---	---	----------------------