

УТВЕРЖДЕНА  
решением приемной комиссии  
ФГБОУ ВО РГУПС,  
протокол заседания № 01 от 14.01.2026

## **ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО ОСНОВАМ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Данная программа содержит перечень тем вступительного испытания профессиональной направленности — профессионального экзамена по основам рекламной деятельности.

Целью вступительного испытания является оценка первичного уровня знаний абитуриента — выпускника СПО по основополагающим вопросам рекламной деятельности.

Вступительное испытание проводится в форме тестирования, Индивидуальное тестовое задание включает 20 вопросов. На выполнение тестовых заданий отводится 60 минут, Каждое тест-задание оценивается 5 баллами. Баллы, полученные за правильно выполненные задания, суммируются. Максимально возможное количество баллов – 100.

### **РАЗДЕЛ 1. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

#### **Тема 1.1. Понятие рекламной деятельности**

Понятие рекламы, рекламной кампании и рекламной деятельности. Субъекты рекламной деятельности. Объекты рекламной деятельности. Свойства, специфика рекламы и рекламной деятельности. Понятие маркетинга и маркетинговой деятельности. Этапы планирования маркетинговой деятельности. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

#### **Тема 1.2. Терминология рекламной деятельности**

Реклама. Рекламная деятельность, Рекламная акция. Рекламная кампания. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламопотребитель. Рекламный носитель, Рекламный канал. Рекламная идея. Рекламная концепция. Рекламная стратегия. Рекламная аудитория (целевая аудитория). Рекламный контакт, Логотип. Бриф. Слоган, Спонсорство.

#### **Тема 1.3. Функции и цели рекламной и маркетинговой деятельности**

Функции коммерческой рекламы. Функции некоммерческой рекламы. Цели, задачи рекламной деятельности. Цели, задачи маркетинговой деятельности.

#### **Тема 1.4. Правовые и этические основы рекламной деятельности**

Федеральный закон «О рекламе». Запреты, связанные с рекламной деятельностью. Понятие достоверной рекламы. Понятие добросовестной рекламы. Ответственность за нарушение Закона «О рекламе». Этические основы рекламной деятельности. Понятие конкуренции.

## **РАЗДЕЛ 2. ВИДЫ И СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМНЫЕ НОСИТЕЛИ**

### **Тема 2.1. Виды рекламы**

Коммерческая и некоммерческая реклама. Социальная реклама. Имиджевая реклама. Политическая реклама.

### **Тема 2.2. Средства распространения рекламы и типы рекламных носителей.**

Понятие средства рекламы. Понятие рекламного носителя. Печатная реклама. Аудиореклама. Видеореклама. Sales promotion, Директ-мейл. Директ-маркетинг. Интернет-реклама, Радиореклама. Телевизионная реклама. Транзитная реклама. Интерьерная реклама.

## **РАЗДЕЛ 3. РЕКЛАМНЫЙ ПРОДУКТ: СУЩНОСТЬ, СТРАТЕГИИ РАЗРАБОТКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ**

### **Тема 3.1. Понятие и специфика рекламного продукта**

Понятие рекламного продукта, Разновидности рекламных продуктов, Признаки эффективности рекламного продукта. Способы формирования уникального рекламного продукта. Стадии изготовления и вывода рекламного продукта на рынок. Презентация рекламного продукта и ее результаты.

### **Тема 3.2. Понятие стратегии рекламной деятельности**

Понятие стратегии рекламной деятельности. Этапы планирования и реализации рекламной стратегии.

### **Тема 3.3. Рекламное сообщение и его особенности**

Понятие рекламного сообщения. Специфика рекламного сообщения, Понятие креолизованного текста. Структура рекламного объявления.

## **РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Рекламное агентство и его функции. Понятие рекламной кампании. Разновидности рекламных кампаний. Методы планирования бюджета рекламной кампании. Медиапланирование. Выбор рекламного носителя. Оценка эффективности рекламной кампании.

## **РАЗДЕЛ 5. ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Психология рекламы и ее функциональные особенности. Понятие рекламного образа. Миры и стереотипы в рекламе. Понятие потребности. Приемы убеждения, воздействия в рекламе. Понятие лидера мнений. Эффективность рекламного воздействия.

## **Литература для подготовки**

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>.

## **Нормативные документы**

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс. — URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968).

2. Федеральный закон от 14.07.2022 № 286-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон 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)

Председатель экзаменационной комиссии  
по основам рекламной деятельности

О.А. Полякова