



**Автономная некоммерческая организация
Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»**

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

«История рекламы»

для поступающих на направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью на базе СПО

Москва

2022

Введение

История рекламы изучает этапы возникновения и развития рекламы в зависимости от состояния общества: уровня грамотности, технического прогресса и других параметров. Основные виды рекламы рассматриваются как отражение экономического и социального состояния общества.

Целью предмета История рекламы является изучение процесса развития видов рекламы, а также приемов и методов, используемых в рекламе на протяжении всей истории человеческой цивилизации.

Цель определила следующие задачи изучения предмета:

- изучение системы знаний об этапах возникновения различных видов рекламы и способах ее распространения;
- формирование умений и навыков, необходимых для определения целевых аудиторий и каналов распространения рекламы.

Программа вступительного испытания «История рекламы» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 года № 510 и предназначена для подготовки к поступлению в АНО ВО «Институт деловой карьеры».

Содержание программы

Тема 1. История рекламы в Европе

Зарождение рекламы в Древнем мире: протореклама, визуальная реклама (клейма, печати, вывески), устная реклама (глашатаи и зазывалы), письменная реклама (граффити, миллиарии, рекламные тексты, объявления. Протогазета).

Реклама в Средние века: устная реклама, институт глашатаев, традиция «говорящих» вывесок, зарождение и развитие традиции ярмарок, первая печатная реклама.

Реклама Нового времени: афишные тумбы, изобразительный плакат, профессия коммивояжер, появление рекламы в прессе. Появление

специализированных изданий по рекламе. Первые рекламные агентства.

Тема 2. История рекламы в России

Виды рекламы в дореволюционной России: устная реклама, первая печатная реклама, развитие рекламного плаката, появление рекламы в средствах массовой информации, появление специализированной прессы, первые рекламные агентства.

Особенности советской рекламы, направления государственной рекламы в СССР. Роль В.Маяковского в развитии рекламы. Политическая, социальная и коммерческая реклама в рекламных плакатах.

Реклама в постсоветской России. Закон о рекламе. Появление и развитие телерекламы, радиорекламы, интернет-рекламы. Многообразие рекламных средств.

Критерии оценивания тестовых заданий

Внимательно прочитайте каждое задание и предлагаемые варианты ответа, если они имеются. Отвечайте только после того, как вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответа. Выполняйте задания в том порядке, в котором они даны. Если какое-то задание вызывает у вас затруднение, пропустите его. К пропущенным заданиям вы сможете вернуться, если у вас останется время.

При выполнении заданий можно пользоваться черновиком. Записи в черновике не учитываются при оценивании работы. Баллы, полученные вами за выполненные задания, суммируются. Постарайтесь выполнить как можно больше заданий и набрать наибольшее количество баллов.

На выполнение экзаменационной работы отводится 2 часа (120 минут).

Верное выполнение каждого задания оценивается в 4 балла. Максимальное количество баллов за всю работу — 100.