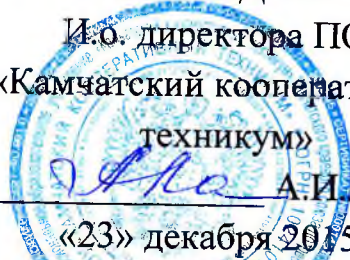


ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«КАМЧАТСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»  
КАМЧАТСКОГО КРАЕВОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

РАССМОТРЕНО  
на заседании  
Педагогического совета  
протокол № 2  
от «23» декабря 2015 г.


УТВЕРЖДАЮ  
И.о. директора ПОУ  
«Камчатский кооперативный  
техникум»  
  
А.И. Лазарева  
«23» декабря 2015 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
для абитуриентов специальности:  
42.02.01 «РЕКЛАМА»

г. Петропавловск-Камчатский  
2015 г.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«КАМЧАТСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»  
КАМЧАТСКОГО КРАЕВОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

РАССМОТРЕНО  
на заседании  
Педагогического совета  
протокол № 2  
от «23» декабря 2015 г.

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. директора ПОУ  
«Камчатский кооперативный  
техникум»  
  
А.И.Лазарева  
«23» декабря 2015 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
для абитуриентов специальности:  
42.02.01 «РЕКЛАМА»

г. Петропавловск-Камчатский  
2015 г.

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Правила проведения собеседования.....	3
2. Перечень вопросов для собеседования.....	3
3. Оценка знаний по вопросам собеседования.....	4
4. Ответы на вопросы собеседования.....	5
5. Памятка о профессии.....	6

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Правила проведения собеседования.....	3
2. Перечень вопросов для собеседования.....	3
3. Оценка знаний по вопросам собеседования.....	4
4. Ответы на вопросы собеседования.....	5
5. Памятка о профессии.....	6

## **1. Правила проведения собеседования:**

Дополнительное вступительное испытание профессиональной направленности в форме собеседования проводится в соответствии с расписанием.

Количество вопросов к собеседованию – не более пяти.

Продолжительность собеседования не должна превышать 20 минут.

## **2. Перечень вопросов собеседования:**

1. Что такое реклама?
2. Какова информационная функция рекламы?
3. Кто такие глашатаи и какова их роль?
4. Что такое вывеска и её назначение?
5. Кто является потребителями рекламы?
6. Назовите основной вид телевизионной рекламы.
7. Какую роль выполняет менеджер по рекламе?
8. Кто такой копирайтер? Какова его основная функция?
9. Назовите главный нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы.
10. Какая организация осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе?
11. Как называется реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей?
12. Реклама от имени правительства РФ осуществляется для каких целей ?
13. Реклама каких товаров традиционно лидирует в прессе?
14. Какова экономическая цель рекламы?

### 3. Оценка знаний по вопросам собеседования.

Оценка знаний по вопросам собеседования производится в соответствии с универсальной шкалой. (таблица № 1)

Процент результативности (правильных ответов)		Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
процент	кол-во вопросов (из 5 вопросов из списка)	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	от 4-5 в.	5	отлично
80 ÷ 89	4 в.	4	хорошо
70 ÷ 79	3 в.	3	удовлетворительно
менее 70	2 в.	2	не удовлетворительно

#### 4. Ответы на вопросы собеседования.

**1.Реклама** - это информация о каком-то товаре или услуге, раскрывающая их положительные качества и свойства, с целью привлечения покупателей.

**2.Информационная функция рекламы** заключается в распространении в массовом масштабе информации о товаре или услуге, их характере, месте продажи и т. д.

**3.Глашатаи**- это специально нанятые торговцем люди, в чьи обязанности входило нахваливать товар и зазывать покупателей.

**4.Вывеска** -это один из главных элементов витринной рекламы и фирменного стиля, выполняющий также роль указателя для посетителей организации;

**5.Потребителями рекламы** являются физические и ли юридические лица, до сведения которых должна доводиться необходимая рекламная информация.

**6.Основным видом телевизионной рекламы** является ролик.

**7. Менеджер по рекламе** организует рекламную деятельность предприятия и координирует взаимоотношения рекламодателей и рекламных посредников.

**8. Копирайтер** – специалист по написанию слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной компании.

**9.Главный нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы**- это Закон РФ «О рекламе».

**10.Федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы** осуществляют государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе.

**11.Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей** называется социальной рекламой.

**12.Реклама от имени правительства РФ** осуществляется в целях популяризации определенных общегосударственных программ.

**13. В прессе традиционно лидирует реклама** автотранспорта, недвижимости, услуг по туризму и отдыху, печатных изданий и полиграфии, торговых организаций.

**14. Экономическая цель рекламы-** это сокращение сроков вывода на рынок нового товара или услуги.

## **5. Памятка о профессии**

### **5.1. Обязанности специалиста по рекламе**

Кроме поисков новых клиентов, специалист занимается непосредственным внедрением проекта в жизнь. Что бы рекламное сообщение работало и привлекало покупателей, необходимо постоянно анализировать рынок, вкусы и предпочтения потребителей. Искусство выделить и обратить внимание на уникальные свойства товара, показать его самые привлекательные стороны – вот еще одна обязанность специалиста по рекламе.

Чтобы всегда оставаться в тренде, специалисту необходимо совершенствовать знания в области психологии, маркетинга, различных сферах бизнеса.

### **5.2. Плюсы и минусы профессии «Специалист по рекламе»**

#### **Преимущества:**

- постоянное общение, знакомство с новыми людьми;
- креативная профессия;
- зарплата ограничена только мотивацией и профессиональными качествами;
- возможность работы во многих сферах бизнеса.

#### **Недостатки:**

- трудный путь начинающего специалиста, работа которого заключается в активных продажах по телефону;
- высокая конкуренция на рынке;
- достичь карьерных и финансовых высот можно только в больших городах.

Профессионалы в рекламной сфере всегда будут цениться. Современный бизнес невозможно представить без рекламы, для увеличения продаж товар должен быть известным и узнаваемым. Талантливые специалисты могут претендовать на



должности менеджера по рекламе, бренд-менеджера или руководителя отдела рекламы. Нароботав клиентскую базу и обучившись мастерству ведения переговоров, многие специалисты по рекламе открывают собственную компанию.