

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДАЮ

Председатель приемной комиссии колледжа

И.Ф.Никитина

«12» мая 2026 года

ПРОГРАММА

**творческого вступительного испытания для поступающих в АНО ПО «ПГТК»
на программу среднего профессионального образования
по специальности 42.02.01 Реклама**

Организационно-методические указания

Вступительное испытание «Создание рекламного текста по заданной теме» при приеме абитуриентов в автономную некоммерческую организацию профессионального образования «Пермский гуманитарно-технологический колледж (далее – Колледж, АНО ПО «ПГТК») на специальность среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама проводится в соответствии с приказами Министерства просвещения Российской Федерации от 17 марта 2025 года №212 «Об утверждении Перечня вступительных испытаний при приеме на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования по профессиям и специальностям, требующим у поступающих наличия определенных творческих способностей, физических и (или) психологических качеств», от 2 сентября 2020 года №457 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования» с целью определения творческих способностей и возможностей абитуриентов осваивать программу среднего профессионального образования по данной специальности.

Форма проведения

Вступительное испытание творческой направленности предусматривает демонстрацию творческих способностей в рамках создания рекламного произведения в жанре статьи или эссе (по выбору абитуриента) в соответствии с избранной темой, обращенной к социальной рекламе.

Миссия социальной рекламы – изменение поведенческих моделей в обществе. Ее функции: привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни, стимулирование действий по их решению, формированию общественного мнения в отношении этих проблем, формирование новых социальных ценностей, побуждение к отказу от вредных привычек, создание положительного имиджа различных социальных служб и государственных органов, объединение усилий социальных организаций и спонсоров для решения социальных проблем. Грамотно организованная социальная реклама играет в обществе важную роль.

Исходя из этого, вступительное испытание предполагает написание текста, обращенного к тематике социальной рекламы (гражданские права и обязанности; профилактика чрезвычайных ситуаций; формирование имиджа государства (края, города); профилактика личной безопасности граждан; борьба с алкоголизмом и курением; репродуктивное здоровье нации; благополучие семейных отношений; охрана окружающей среды и т.п.) по заданной теме в жанре рекламного эссе или статьи.

По результатам вступительных испытаний выставляется оценка «зачтено/не зачтено», при этом для оценки «зачтено» необходимо набрать не менее 50 баллов. Максимальное количество баллов для творческого вступительного испытания составляет 100 баллов.

№	Критерии оценки	Баллы
1.	Соответствие работы избранной теме. Оценивается раскрытие темы в полном объеме, четкость формулировки проблемы и её актуальность, отсутствие отклонений от заданной темы	0-10

2.	Актуальность и социальная значимость работы в контексте поддержки традиционных и формирования новых социальных ценностей и установок. Оценивается созидательный настрой личности – озабоченность преобразованием, улучшением общества, предметов и систем, а также чувствительность к окружающему миру, что психологи Дж. Рензулли и Р. Хартман называют одним из параметров творческого потенциала	0-10
3.	Глубина понимания социальной проблемы (в том числе ее природы), которую решает реклама, в аспекте отбора сильных аргументов для построения текста, воздействующего на поведенческие модели. Оценивается первичный признак наличия творческих способностей – сильная познавательная потребность, проявляющаяся в доминирующей познавательной и творческой активности, наличие собственных суждений и выводов	0-10
4.	Креативность основной идеи, четкость ее формулировки, следование ей, понятность адресуемых выводов (их очевидность/неочевидность в зависимости от информирующей или инструктирующей рекламы). Оценивается поиск творческого решения, его планомерная и последовательная реализация	0-10
5.	Творческая работа с иллюстративным рядом (в формате описания или изображения), привлечение разнообразных средств художественной выразительности и использование приемов привлечения внимания с целью формирования образа и достижения эмоциональной вовлеченности адресата в соответствии с креативной концепцией. Оценивается реализация творческого замысла: полнота, эффективность, осознанность и др. при решении проблем	0-10
6.	Инициативность и степень авторского решения рассматриваемой проблемы. Оценивается самостоятельность творческого поиска и показатели творческого мышления (продуктивность, гибкость, оригинальность, разработанность творческих идей и решений, ассоциативность и др.), неконформичность и склонность «рискованной» творческой реализации, а также мотивация на достижение высокого результата	0-10
7.	Оригинальность заголовка. Оценивается креативность подхода к выбору наименования текста, продвигающего определенную творческую идею	0-10
8.	Креативность и результативность композиционного решения. Оценивается активное освоение новых способов познания, стремление к подражанию и попытка самостоятельного оперативного экспериментирования (импровизация), что свидетельствует о раскрывающемся творческом потенциале	0-10
9.	Грамотность письменной речи. Оценивается соблюдение орфографических и пунктуационных норм, отсутствие речевых ошибок, соответствие стилистическим нормам русского языка	0-10
10.	Языковое чутье (чувство слова, интуитивность) и речевая компетентность, в том числе грамотное формирование мотивации и соотношении доходов и издержек адресата (уравновешенность в системе «отдал-получил»). Оцениваются творческая конкурентоспособность личности	0-10

Успешное прохождение подтверждается оценкой «зачтено», при наборе от 50 до 100 баллов.

Правила проведения вступительного испытания на специальность среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама

Для проведения вступительного испытания формируются экзаменационные группы на основании списка абитуриентов, подавших заявление о приеме на специальность.

В аудиториях, где проводится творческий конкурс, абитуриентам выдаются экзаменационные листы, на которых указываются фамилия, имя, отчество абитуриента, специальность и название вступительного испытания – создание рекламного текста по заданной

теме, а также бумага со штампом приемной комиссии Колледжа. По завершении вступительного испытания творческая работа вкладывается в экзаменационный лист и сдается экзаменаторам.

Работа пишется на одну из подложенных тем (по выбору абитуриента). Длительность вступительного испытания ограничивается 2-мя академическими часами (90 минут). Текст должен быть написан разборчивым почерком, чернилами синего или черного цвета. Исправления и зачеркивания допускаются в минимальном количестве, но должны быть выполнены аккуратно, без потери читаемости текста. Объем письменной работы составляет не менее листа формата А4 (две тетрадные страницы).

Нарушения абитуриентом дисциплины пресекаются. Категорически запрещается обращение абитуриента к другим абитуриентам за помощью или консультацией при написании текста, а также списывание с использованием различных средств, в том числе заранее подготовленных материалов. Во время проведения вступительного испытания у абитуриентов должны быть отключены мобильные телефоны и другие средства связи.

Результаты творческого вступительного испытания публикуются на официальном сайте в течение трех рабочих дней после дня проведения вступительного испытания.

Примерные темы:

1. Влияние цифровых технологий на развитие общества.
2. Как современный бизнес реагирует на глобальные вызовы (климат, бедность).
3. Роль языка и образов: как выбор слов, метафор и визуальных решений влияет на восприятие информации разными возрастными группами.
4. Как привлечь внимание аудитории. Современная культура и тренды.
5. Влияние социальных сетей на современное общество.
6. Бренды 21 века. Что делает их сильными и какое влияние они оказывают на общество?
7. Мое представление о будущей профессии.
8. Мой личный тайм-менеджмент. Можно ли научиться успевать все без спешки.
9. Один день без плана. Что из этого получится?
10. Случайности в жизни. Как они формируют наш путь?
11. Семья и традиции в эпоху цифровизации.
12. Дружба в мире быстрых коммуникаций.
13. Культурные различия. Мой опыт общения с людьми из других регионов.
14. Новые формы самовыражения в эпоху цифровизации и ИИ.