Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.02.2026 08:26:51
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский университет имени А.С. Грибоедова»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

УТВЕРЖДЕНО
Председатель приемной комиссии
ИМПЭ им. А.С. Грибоедова
_____ В.В. Гриб
«19» января 2026 г.

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО ИСТОРИИ РЕКЛАМЫ
(на базе среднего профессионального образования)

г. Москва

Программа вступительных испытаний разработана 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 ИМПЭ им. А.С. Грибоедова.

1. Назначение экзаменационной работы по истории рекламы

Экзаменационная работа по истории рекламы нацелена на определение у поступающего:

- знания этапов возникновения и развития рекламы в зависимости от состояния общества: уровня грамотности, технического прогресса и других параметров.
- сформированности умений и навыков, необходимых для определения целевых аудиторий и каналов распространения рекламы.

2. Документы, определяющие содержание экзаменационной работы по истории рекламы

Содержание экзаменационной работы определяется на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 года № 510.

3. Содержание программы

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.

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.

4. Критерии оценивания тестовых заданий по истории рекламы

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 по истории рекламы отводится 1 час (60 минут).

Верное выполнение каждого задания оценивается в 5 баллов. Максимальное количество баллов за всю работу – 100.