

Автономная некоммерческая организация высшего образования


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ляшенко Татьяна Васильевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.11.2023 00:39:06  
Уникальный программный ключ:  
6f70794d4ae80e71b4eb424a71db89beedf6b85c

**«ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**  
(АНО ВО «ВХУТЕИН»)

**Принято:**

Ученым Советом АНО ВО «ВХУТЕИН»  
Протокол № 09-23 от 25.09.2023 г.

**Утверждаю:**

Ректор  Т.В. Ляшенко  
Приказ № 255-с/23 от 26.10.2023 г.



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ,  
проводимых АНО ВО «ВХУТЕИН» самостоятельно,  
для поступающих на 1-й курс на базе среднего профессионального образования  
по образовательной программе бакалавриата в 2024 году  
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью  
«Художественное проектирование рекламного продукта»**

Санкт - Петербург

2023

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Цель вступительного испытания 3
2. Задачи вступительного испытания 3
3. Содержание вступительного испытания 3
4. Порядок проведения вступительных испытаний 3
5. Форма вступительного испытания и критерии оценки 4
6. Примерные варианты тестовых заданий 4
7. Рекомендуемая литература 5

## **1. Цель вступительного испытания**

Целью проведения вступительного испытания - экзамена (далее вступительного испытания) является выявление у поступающих понимание технологий художественного проектирования рекламного продукта

## **2. Задачи вступительного испытания**

Главная задача вступительного испытания (экзамена) - выявление у абитуриента наличия знаний художественного проектирования рекламного продукта, необходимых для поступления и дальнейшего обучения.

## **3. Содержание программы**

1. Принципы художественного проектирования рекламного продукта. Выявление ключевых, важнейших моментов при проектировании рекламного продукта. Основные композиционные, структурные правила построения художественного проекта
2. Работа с заказчиком. Составление технического задания (ТЗ). Обоснование необходимости написания ТЗ. Правила создания ТЗ, его основные положения. Подготовка к встрече с заказчиком. Темы первой встречи с заказчиком. Показ и утверждение концепции проекта.
3. Дизайн-эвристика. Принципы эвристического тестирования. Этапы и методы.
4. Креатив в дизайне – различные способы, стимулирующие творческое мышление. Мозговой штурм, правила и приемы. Способы активации мозгового штурма.
5. Стратегия композиции. Активация пространства. Композиционный контраст. Системы пропорциональности.
6. Методы и приемы создания деловой графики рекламного продукта. Понятие деловой графики. Особенности проектирования деловой графики для веб-среды.
7. Принципы проектирования имиджевого проекта. Принцип и этапы создания портфолио. Особенности формирования творческого портфолио, передача авторской концепции
8. Принципы и приемы рассказа о творческой личности. Как создать уникальный сценарий для рассказа о творческой личности, передать его авторское лицо при помощи стандартного набора информации - резюме и биография.
9. Понятие фирменного стиля. Составляющие фирменного стиля. Этапы создания фирменного стиля. Создание фирменного знака

## **4. Порядок проведения вступительных испытаний.**

Вступительные испытания проводятся в форме письменного тестового задания с использованием дистанционных технологий.

При проведении вступительного испытания институт обеспечивает идентификацию личности поступающего, выбор способа которой осуществляется АНО ВО ВХУТЕИИ самостоятельно.

В определенное расписанием время абитуриент должен зайти в личный кабинет в ЭИОС «Moodle ВХУТЕИИ», в раздел «Вступительные испытания». Прочитать инструкцию. Выбрать дисциплину и дату проведения. Получить тестовое задание. Вписать свою фамилию, имя, отчество. Отметить дату, время получения задания и время начала выполнения.

Продолжительность экзамена 45 минут. По окончании отведенного времени абитуриенты отмечают время окончания выполнения тестового задания по дисциплине.

Закрывает тестовое задание в информационной системе.

## 5. Форма вступительного испытания и критерии оценки

Вступительное испытание проводится в формате прохождения абитуриентом письменного тестового задания. Письменный тест состоит из вопросов, выявляющих знания в области технологий художественного проектирования рекламного продукта. В процессе теста определяется как художественный, так и общий гуманитарный уровень поступающего.

Внимательно прочтите каждое задание и предполагаемые варианты ответов. Отвечайте только после того, как вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответов. Выполняйте задания в том порядке, в котором они заданы. Если какое-то задание вызывает у Вас затруднение, пропустите его. К пропущенному заданию вы сможете вернуться, если останется время.

Баллы, полученные Вами за выполненные задания, суммируются. Постарайтесь выполнить как можно больше заданий и набрать наибольшее количество баллов.

Тест содержит 20 вопросов. Верное выполнение каждого задания оценивается в 5 баллов.

Максимальная сумма баллов - 100.

На прохождение творческого теста отводится один академический час (45 минут).

## 6. Примерные варианты тестовых заданий

1. Среди этапов творческого процесса – осознание задачи, подготовка к поиску решения, вынашивание идеи, проверка, фиксация решения – пропущен существенный этап. Какой?

1. Преодоление сомнений
2. Озарение
3. Оформление решений
4. Нет правильного ответа

2. Метод решения творческих задач нетрадиционными приёмами, с использованием интуитивных и ассоциативных форм мышления:

1. Эвристика
2. Экистика
3. Суперпозиция
4. Нет правильного ответа

3. Деловая графика это:

1. Бланки, конверты, визитки
2. Банковские отчеты
3. Рабочие документы и т.д.
4. Диаграммы, схемы, чертежи

4. Визуальные коммуникации – это?

1. Телевизионные и радио ролики.
2. Комплекс указателей (вывесок, табличек и т. п.), обеспечивающих необходимой информацией помогающих потребителю ориентироваться
3. Указатели цены и качества, помогающие потребителю при покупке товара.
4. Телевизионные рекламные ролики

5. На каком этапе проектирования информационного продукта выявляются уже существующие технические решения аналогов?

1. Подготовительный этап
2. Проект нового изделия
3. Техническое задание
4. Техническое предположение

*6. Основные составляющие фирменного стиля?*

1. Логотип, слоган, знак
2. Деловая документация, слоган, фирменный блок
3. Фирменный блок, цвет, шрифт
4. Нет правильного ответа

**7. Шрифт – это?**

1. Совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми
2. Различные знаки и цифры, иероглифы, используемые в общении людей
3. Текстовые символы
4. Комплект наборных литер, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке

**7. Рекомендуемая литература**

1. Буковецкая, О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. — М.: ДМК Пресс, 2006. — 277 с.
2. Романычева, Э.Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. — М.: ДМК Пресс, 2006. — 433 с.
3. Курушин, В.Д. Графический дизайн и. — М.: ДМК Пресс, 2008. — 271 с.