

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**  
(АНО ВО «ВХУТЕИН»)

**Утверждаю:**

Ректор \_\_\_\_\_ Т.В. Ляшенко  
Приказ №24/1-о/21 от 26.10.2021

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ,**  
**проводимых АНО ВО «ВХУТЕИН» самостоятельно,**  
**для поступающих на 1-й курс на базе среднего профессионального образования**  
**по образовательной программе бакалавриата в 2022 году**  
**по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью**  
**«Рисунок в рекламе»**

Санкт-Петербург

2021

## **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 3
6. Примерные варианты тестовых заданий 4
7. Рекомендуемая литература 5

## **1. Цель вступительного испытания**

Целью проведения вступительного испытания (экзамена) является выявление у поступающих понимания особенностей и специфики применения выразительных и художественно-изобразительных средств в рекламе.

## **2. Задачи вступительного испытания**

Главная задача вступительного испытания (экзамена) - выявление у абитуриента наличия знаний, принципов и особенности художественного и визуального языка в рекламном продукте, необходимых для поступления и дальнейшего обучения.

## **3. Содержание программы**

1. Рекламное обращение и его виды, формы и правила создания
2. Художественное оформление рекламного продукта
3. Рекламный образ и приемы его создания
4. Творческое воплощение рекламного продукта
5. Особенности создания рекламного обращения
6. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе
7. Художественные графические материалы и техники в рекламе
8. Композиционные приемы в рекламе
9. Цвет и изображение в рекламном образе
10. Стилистика рекламы. Основные стили создания рекламного обращения.
11. Задачи иллюстрирования в рекламе
12. Оформительская графика в рекламном продукте
13. Креативность в рекламе
14. Эффективность воздействия рекламного образа
15. Роль и значение рекламы в современных условиях

## **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. Эскиз – это?

1. Воплощение рисунка в готовый продукт
2. Зарисовка будущего продукта
3. Художественное воплощение замыслов рекламы
4. Рисунок художника

2. Цель рекламы – это?

1. Заинтриговать потребителя
2. Зарекомендовать себя на рынке продукции
3. Убедить потребителя купить товар
4. Заинтересовать потребителя

3. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются?

1. Свободными
2. Ахроматическими
3. Хроматическими
4. Нейтральными

4. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы?

1. Пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись
2. Композиция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать
3. Композиция взаимосвязана, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись
4. Пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок

5. Гармоничные сочетания из 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются?

1. По диагонали
2. По геометрической фигуре (треугольник, квадрат, прямоугольник)
3. По прямой
4. По прямому углу

6. Художественный прием перенесения свойств одного предмета на другой на основании признаков, общих для обоих сопоставляемых предметов — это...?

1. Иносказательность

- 2. Аллегория
- 3. Метафора
- 4. Гротеск

*7. Как называются линейные рисунки, выполненные «от руки» для быстрой фиксации отдельных наблюдений и замыслов в процессе текущей работы?*

- 1. Технические рисунки
- 2. наброски
- 3. Эскизы
- 4. Кроки

## **7. Рекомендуемая литература**

1. Барбер, Б. Искусство рисунка. Путь к совершенству/ Барбер Б. - М. : АСТ, Астрель, Харвест, 2004. - 208с.
2. Волков Н. Н. Композиция в живописи / Н. Н. Волков. – Москва : Изд-во «Издательство В. Шевчук», 2014. – 368 с.
3. Голубева О.Л. Основы композиции. М.: Изобразительное искусство, 2001. – 280 с.
4. Искусство цвета / Сост. Иоханнес Иттен. – М.: Д. Аронов, 2010.
5. Кирцер, Ю.М. Рисунок и живопись: Учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 2007.
6. Кочергин Э.С. Категории композиции. Категории цвета./ Э.С. Кочергин. – СПб.: Вита Нова, 2017 – 160 с.
7. Милова Н.П. Основы композиции: учебное пособие / Н.П. Милова, О.Г. Обертас. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 92 с.
8. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. – 2-е изд., уточненное и доп./ В.Б. Устин.– М.: АСТ: Астрель, 2006