

**«МОСКОВСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования

Рассмотрено на заседании

Ученого совета института  
протокол № 3  
от «27» октября 2022 г.



УТВЕРЖДАЮ

И.О. ректора *Г.И. Тырина* Г.И. Тырина/

«28» октября 2022 г.

**ПРОГРАММА**

**профессионального вступительного испытания  
для поступающих на базе среднего общего образования  
на программу направление подготовки 54.03.01 «Дизайн» в рамках  
конкурсной группы «Дизайн рекламы»**

## ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Поступающие на базе среднего общего образования на основную профессиональную образовательную программу конкурсной группы «Дизайн рекламы» в рамках направления подготовки 54.03.01 Дизайн, проходят профессиональное вступительное испытание в форме подготовки мотивационного эссе.

Профессиональное вступительное испытание проводится с целью определения основных способностей и возможностей поступающих осваивать основную профессиональную образовательную программу высшего образования «Дизайн рекламы» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн.

В ходе дистанционного экзамена оценивается:

- уровень развития универсальных умений;
- умения абитуриента синтезировать, конкретизировать и анализировать информацию, аргументировать свою позицию, излагать свои мысли логично.

Мотивационное эссе - текст, в котором поступающий в свободной форме представляет мотивированное обоснование выбора основной профессиональной образовательной программы «Дизайн рекламы», дает характеристику имеющегося у него опыта, описывает прогностическое видение своей будущей профессии.

## ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ

Мотивационное эссе для прохождения профессионального вступительного испытания предоставляются (направляются) в НОЧУ ВО «МЭИ» путем размещения в электронной форме, в личном кабинете абитуриента системы In Study.

## ТРЕБОВАНИЯ К МОТИВАЦИОННОМУ ЭССЕ

Мотивационное эссе составляется в произвольной форме. Рекомендуемый объем — не более 1 страницы. Поля: слева – 2,5 см., справа, сверху, снизу – 1 см. Шрифт Nimes New Roman, кегль 12. Межстрочный интервал -1,5. Абзацный отступ – 1,25. Ориентация текста книжная, текст выровнен по ширине.

Эссе содержат три части:

Мотивированное обоснование выбора образовательной программы

Характеристика имеющегося жизненного, образовательного, профессионального опыта;

Характеристика образа своего будущего в процессе обучения, в профессиональной деятельности на «рабочем месте».

### Примерная форма мотивационного письма:

Часть 1. Выбор программы. Назовите и раскройте 2-3 причины выбора именно этой образовательной программы.

«Я выбираю программу «Дизайн рекламы», потому что (представьте не менее 3-х аргументов):».

Часть 2. Характеристика имеющегося опыта. Опишите свои образовательные, жизненные, профессиональные достижения.

«Мой образовательный опыт (что и когда закончили, есть ли дополнительное образование, успешность обучения, наличие сертификатов и дипломов):

Мой опыт в науке (тематика проведенных исследований, публикации, участие в

конференциях):

Мои жизненные достижения:

Мой профессиональный опыт (волонтерский опыт в профессиональной деятельности, есть ли у увлечения, посещаете ли внеклассные занятия, которые связаны с выбранной специальностью):».

Часть 3. Образ будущего в образовании и профессии.

Опишите Ваши представления об особенностях получения образования по данной программе.

Опишите свою будущую профессиональную деятельность и будущее место работы.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ МОТИВАЦИОННОГО ЭССЕ**

Максимальное количество баллов за эссе - 100 баллов.

- Доказательность, аргументированность, полнота и содержательность доводов и обоснований (0-50 баллов)
- Смысловая цельность, речевая связность, логика и последовательность изложения (0-30 баллов)
- Грамотность и оформление (0-20 баллов)

### **Список литературы, рекомендуемый для подготовки**

1. Греков ,В.Ф., Крючков, С.Е., Чешко, Л.А. Пособие для занятий по русскому языку в старших классах. – Издательство «Просвещение»,2019.
4. Розенталь, Д.Э. Пособие по русскому языку с упражнениями для поступающих в вузы. – Издательство АСТ -Пресс, 2019.

### **Дополнительная литература**

1. Бове, Кортлэнд Л., Аренс, Уильямс Ф. Современная реклама. Издательский дом Довгань, 1995. с.243.
2. Евстафьев, В. А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). — М.,2001. — 264 с
3. Кисмерешкин, В. Г. Реклама в продвижении российских товаров. — М.: «Экономика», 2010. с.213–229.
4. Ромат, Е.В., Реклама. — СПб.: Питер, 2008. с. 77–79