



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Департамент интегрированных коммуникаций
Факультет коммуникаций, медиа и дизайна

Реклама и связи с общественностью.

Участие в творческих конкурсах и олимпиадах: секреты и лайфхаки



Москва, 2020



ВОПРОСЫ ВЕБИНАРА

- Нужны ли специальные знания, чтобы решить задания Олимпиады?
- Как распределить время между заданиями в период проведения состязания?
- На что обратить внимание при подготовке к Олимпиаде по направлению «Реклама и связи с общественностью»?
- Какие профильные ресурсы могут помочь в подготовке?



О НАПРАВЛЕНИИ

Специалисты в сфере коммуникаций должны уметь определять повестку дня во взаимоотношениях бизнеса и потребителей, государства и граждан.

Требуется умение мыслить на несколько шагов вперед и продумывать кампанию, подбирая только эффективные решения в сфере коммуникаций.

Именно в таких работниках остро нуждается коммуникационный рынок



**РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ
ДО
12 ОКТЯБРЯ 2020 ГОДА**

<https://forms.yandex.ru/u/5e9205e96830ef2a6d65a37a/>



ОЛИМПИАДА ПРОХОДИТ В 2 ЭТАПА:

- I. Онлайн-соревнование (120 минут)
- II. Собеседование

К участию приглашаются учащиеся 10-11-х классов (11-12-х классов с 12-летней программой обучения)

[Демоверсия](#) размещена на сайте Олимпиады



ОЛИМПИАДНЫЕ ЗАДАНИЯ:

- рассчитаны на общую эрудицию участников, хорошее владение русским языком
- не направлены на выявление профессиональных знаний в коммуникационной сфере
- предполагают наличие общих начальных представлений об этой области деятельности у участников
- рассчитаны на понимание таких терминов как «реклама», «PR», «коммуникация» и т.п.



СТРУКТУРА ОЛИМПИАДНОГО ИСПЫТАНИЯ

Испытание состоит из двух заданий.

Время выполнения 120 минут, 100 баллов

- Анализ предложенного текста, небольшое эссе по теме текста с ответами на предложенные вопросы (60 баллов)
- Задание на понимание профессиональной терминологии. Дать развернутый письменный ответ (40 баллов)

ЗАДАНИЕ 1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

- умение обозначить основную идею анализируемого текста
- критический анализ основных посылок автора, выявление их теоретической и (или) фактологической необоснованности
- выявление уязвимых мест в способе обоснования позиции автора: нарушение логической структуры, противоречия в рассуждениях и т.п.
- предложение участником развернутого альтернативного решения проблемы



ЗАДАНИЕ 2

Доля аудитории передачи (*Share*) - это аудитория конкретной рассматриваемой передачи, отнесенная к общей аудитории телезрителей, смотрящих телевизор в данное время, выраженная в процентах

Рейтинг (*Rating*) - аудитория данной передачи, отнесенная к общей численности людей, имеющих техническую возможность смотреть телевизор на данной территории, выраженная в процентах

Какой показатель больше и почему? Свой ответ аргументируйте и проиллюстрируйте примерами



II ЭТАП. СОБЕСЕДОВАНИЕ

приглашаются участники, набравшие наибольшее количество баллов за выполнение заданий первого этапа

Но не более 30 % от числа принявших участие в первом этапе олимпиады



ПРОФИЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ

- AdIndex.ru
 - Sostav.ru
 - Рекламная Шахерезада
[https://cmd.hse.ru/data/2015/04/08/1095152842/
Рекламная%20шахерезада.pdf](https://cmd.hse.ru/data/2015/04/08/1095152842/Рекламная%20шахерезада.pdf)
 - Socreklama.ru
 - Mediabitch.ru
- и многие-многие другие



Если у вас есть вопросы, которые хотели бы задать Методической комиссии по данному олимпиадному направлению, присылайте их по адресу Оргкомитета Международной олимпиады молодежи:
interolymp@hse.ru

Также следите и изучайте соответствующую информацию на странице «Реклама и связи с общественностью» сайта MOM

<https://olymp.hse.ru/inter/advertising#pagetop>



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

<https://admissions.hse.ru>

Телефон.: +7 (495) 531 00 59

Адрес: 109028 Россия, Москва, Покровский бульвар, 11, корпус D, каб. 623