

Приложение № 14
УТВЕРЖДЕНО
приказом директора
АНО ВО «Универсальный
Университет»
№15012026/ПК-1 от 15.01.2026

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Профессиональное вступительное испытание (собеседование)

для поступающих на программы бакалавриата по направлениям подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях», и 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Стратегические коммуникации и управление репутацией в креативных индустриях», и 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Продюсирование и предпринимательство в креативных индустриях»

на платной основе

1. Пояснительная записка

Профессиональное вступительное испытание (собеседование) направлено на выявление способностей поступающего в области бренд-менеджмента и маркетинга в креативных индустриях, его умения формулировать и аргументированно представлять собственные идеи, а также на определение уровня мотивации к обучению и готовности к освоению образовательной программы.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания, – 60 баллов.

Формат вступительного испытания: устное собеседование на русском языке. Продолжительность вступительного испытания составляет 20–30 минут. Вступительное испытание проводится дистанционно с использованием платформы Zoom либо очно в аудитории АНО ВО «Универсальный Университет» в соответствии с расписанием приемной кампании.

Поступающий участвует во вступительном испытании в соответствии с информацией, направленной приемной комиссией, и предъявляет документ, удостоверяющий личность. Университет идентифицирует поступающего путем сопоставления лица поступающего с документом, удостоверяющим личность.

Иностранные поступающие могут представить документ, удостоверяющий личность, выданный государством, гражданами которого они являются.

Во время проведения вступительного испытания поступающему запрещается разговаривать с кем-либо, кроме членов экзаменационной комиссии и менеджера приемной комиссии, пользоваться справочными материалами, книгами, интернетом, мобильными телефонами, планшетами, наушниками, дополнительным компьютерным оборудованием и иными средствами связи, за исключением оборудования, непосредственно используемого для прохождения вступительного испытания.

2. Критерии оценивания

Собеседование оценивается по каждому из следующих критериев от 0 до 20 баллов:

1. Мотивация к обучению и профессиональному развитию.
2. Логика и ясность изложения мыслей.
3. Качество самопрезентации.
4. Кругозор в области маркетинга и креативных индустрий в России и за рубежом.
5. Аналитические способности и критическое мышление.

Максимальное количество баллов за вступительное испытание – 100 баллов.

3. Содержание программы

Собеседование проводится в формате беседы с членами экзаменационной комиссии и направлено на оценку мотивации поступающего, его коммуникативных навыков, способности формулировать и аргументировать свою позицию, а также уровня интереса к сфере бренд-менеджмента, маркетинга, коммуникаций и креативных индустрий.

В ходе собеседования поступающему может быть предложено:

- рассказать о своем образовательном и практическом опыте;
- объяснить причины выбора соответствующей образовательной программы;
- описать ожидания от обучения и профессиональные цели;
- рассказать о собственных интересах в сфере маркетинга, коммуникаций или креативных индустрий;
- обсудить примеры рекламных кампаний, маркетинговых проектов или инициатив в сфере креативных индустрий.

Члены экзаменационной комиссии могут предложить поступающему обсудить актуальные вопросы развития маркетинга, брендинга, коммуникаций и креативных индустрий, а также прокомментировать примеры рекламных или маркетинговых кампаний.

Поступающему рекомендуется подготовиться к рассказу о причинах выбора образовательной программы, своих интересах в области маркетинга,

коммуникаций и креативных индустрий, а также профессиональных целях. Важно продемонстрировать осознанность выбора программы и понимание того, какие знания и навыки планируется получить в процессе обучения.

Примерный перечень вопросов и тем для беседы

- Причины выбора образовательной программы.
- Сферы креативных индустрий, наиболее интересные поступающему: медиа, реклама, дизайн, кино, музыка, мода и другие.
- Опыт участия в проектах, связанных с маркетингом, коммуникациями, организацией мероприятий или креативными индустриями.
- Рекламные кампании или маркетинговые проекты, которые произвели на поступающего наибольшее впечатление, и причины такого впечатления.
- Бренды или компании, которые, по мнению поступающего, успешно работают в сфере маркетинга и коммуникаций.
- Роль маркетинга и брендинга в развитии креативных индустрий.
- Понимание выбранной профессиональной роли в сфере маркетинга, коммуникаций, менеджмента или продюсирования в креативных индустриях.
- Профессиональные цели поступающего после окончания обучения.
- Навыки и знания, которые поступающий хотел бы получить во время обучения на программе.
- Вопросы поступающего к экзаменационной комиссии.