

Приложение № 13  
УТВЕРЖДЕНО  
приказом директора  
АНО ВО «Универсальный  
Университет»  
№15012026/ПК-1 от 15.01.2026

## **ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

### **Профессиональное вступительное испытание (бизнес-кейс)**

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 (бизнес-кейс) направлено на выявление способностей поступающего к анализу маркетинговых задач, формулированию и аргументации собственных идей, а также на определение уровня мотивации к обучению и готовности к освоению образовательной программы.

Настоящая программа определяет содержание, порядок выполнения и критерии оценивания профессионального вступительного испытания (бизнес-кейс).

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

Формат вступительного испытания: выполнение и представление решения бизнес-кейса. Вступительное испытание проводится дистанционно с использованием платформы Zoom либо очно в аудитории АНО ВО «Универсальный Университет» в соответствии с расписанием приемной кампании. Продолжительность вступительного испытания составляет 20–30 минут.

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**

Бизнес-кейс оценивается по каждому из следующих критериев от 0 до 20 баллов:

1. Качество аргументации предложенного решения.
2. Практическая реализуемость предложенных решений.
3. Креативность и оригинальность предложенных идей.
4. Понимание маркетинговой задачи и контекста кейса.
5. Структура и логика представления решения.

Максимальное количество баллов за вступительное испытание – 100 баллов.

### **3. Содержание программы**

Поступающему предлагается выполнить бизнес-кейс, направленный на оценку способности анализировать маркетинговые задачи и предлагать решения в области бренд-менеджмента и маркетинга в креативных индустриях. Решение бизнес-кейса предполагает анализ предложенной ситуации, формулирование проблемы и разработку предложений по ее решению.

Поступающий должен продемонстрировать способность:

- анализировать маркетинговую ситуацию;
- формулировать стратегию или подход к решению задачи;
- аргументировать предложенные решения;
- учитывать особенности целевой аудитории и рынка;
- представлять решение в логичной и понятной форме.

#### **Требования к выполнению бизнес-кейса**

Решение бизнес-кейса представляется в формате Word, PDF или презентации PowerPoint.

Объем ответа определяется структурой решения бизнес-кейса.

При необходимости может быть представлен отдельный файл со списком использованных источников информации.

### **4. Рекомендации для подготовки к профессиональному вступительному испытанию (бизнес-кейс)**

При подготовке решения бизнес-кейса рекомендуется учитывать критерии оценивания, указанные в настоящей программе:

#### **Качество аргументации предложенного решения**

При решении бизнес-кейса рекомендуется не только предложить решение, но и пояснить, почему выбран именно такой подход. Ответ может содержать анализ ситуации, аргументы в пользу предложенных действий,

примеры из маркетинговой практики и логическую связь между предложенными решениями и ожидаемым результатом.

### **Практическая реализуемость предложенных решений**

Предложенные решения должны учитывать реальные условия реализации маркетинговых инициатив. При подготовке решения рекомендуется учитывать:

- доступность необходимых ресурсов;
- возможные ограничения, в том числе финансовые, организационные или временные;
- примерные затраты на реализацию предложений;
- потенциальные риски.

Важно показать, что предложенные идеи могут быть реализованы на практике.

### **Креативность и оригинальность предложенных идей**

Рекомендуется представить самостоятельные и нестандартные решения маркетинговой задачи. Креативный подход может проявляться в новых способах продвижения продукта или услуги, необычных форматах коммуникации с аудиторией или оригинальных маркетинговых инструментах. При этом предложенные идеи должны соответствовать задачам бизнес-кейса и особенностям целевой аудитории.

### **Понимание маркетинговой задачи и контекста кейса**

Решение бизнес-кейса должно показывать понимание ситуации, описанной в задании. При анализе кейса рекомендуется учитывать:

- особенности компании или бренда;
- характеристики продукта или услуги;
- особенности целевой аудитории;
- специфику рынка или индустрии.

### **Структура и логика представления решения**

Решение бизнес-кейса рекомендуется представить ясно и последовательно. Ответ может включать:

- описание задачи;
- анализ ситуации;
- предложенное решение;
- аргументы в пользу выбранного подхода;
- предполагаемые результаты.

Последовательная структура помогает членам экзаменационной комиссии понять предложенные идеи и оценить уровень подготовки поступающего.