

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московская высшая школа социальных и экономических наук»**

Факультет управления социокультурными проектами

УТВЕРЖДЕНО  
Председатель приемной  
комиссии ОАНО «МВШСЭН»  
М.В. Сигова

Электронная подпись

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
В МАГИСТРАТУРУ**

Направление подготовки **42.04.05 «Медиакоммуникации»**

Направленность (профиль)

**«Продюсерские стратегии в создании креативного контента»**

Год набора - 2025

Москва, 2024 г.

## Содержание

1. Основные условия конкурсного отбора поступающих в магистратуру по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации»	3
2. Содержание тем программы	3
3. Собеседование по направлению подготовки	4

## **1. Основные условия конкурсного отбора поступающих в магистратуру по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации»**

Вступительное испытание для поступления на магистерскую программу «Продюсерские стратегии в создании креативного контента» проводится с целью установления способности поступающего самостоятельно мыслить и аргументировано отстаивать свою позицию.

К освоению программы подготовки магистра по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации допускаются лица, имеющие высшее образование любого уровня.

Поступающие, допущенные Приемной комиссией к вступительным испытаниям предоставляют в приемную комиссию мотивационное письмо и проходят собеседование по темам, соответствующим направлению «Медиакоммуникации». Максимальное количество баллов по вступительному испытанию составляет 100 (сто) баллов.

Лица, желающие освоить программу подготовки магистра по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации программы «Медиаменеджмент» зачисляются на конкурсной основе по результатам вступительных испытаний.

Поступающим рекомендуется представить CV (резюме) для представления собственного профессионального опыта, интересов и мотивации. Резюме – не обязательная часть, но оно позволяет составить более полное представление о поступающем. В резюме рекомендует отметить:

1. образование;
2. профессиональный, предпринимательский или волонтерский опыт;
3. участие в медиа-проектах, просветительских или научно-популярных событиях, а также опыт их организации;
4. участие в программах обмена или стажировках;

Представленное CV (резюме) не оценивается.

## **2. Содержание тем программы и структура мотивационного письма**

### **2.1. Вопрос для мотивационного письма: содержание, структура и оценка**

Мотивационное письмо готовится соискателем заранее и рассматривается в процессе приемных испытаний. Письмо предоставляется в отборочную комиссию в день, по утвержденному расписанию. Представители отборочной комиссии (секретарь) шифрует письмо и направляет на проверку членам экзаменационной комиссии в обезличенном виде, т.е. в письме запрещается указывать имя, отчество, фамилию, а также другие данные, позволяющие идентифицировать автора. В случае нарушения данного условия письмо будет оцениваться в 0 баллов. Максимальное количество баллов за мотивационное письмо – 75 баллов.

#### **2.1.1. Содержание мотивационного письма**

Ответ открытого типа в форме мотивационного письма определяет области профессиональных интересов абитуриента, мотивы поступления в магистратуру,

готовность к учебной работе, имеющийся опыт профессиональной деятельности, предполагаемый итог обучения или описание возможного финального проекта.

Мотивационное письмо абитуриента должно содержать ответы на следующие вопросы:

1. Каковы причины выбора магистратуры «Продюсерские стратегии в создании креативного контента»?
2. Каковы желаемые результаты обучения? Для чего вам необходимо обучение на программе «Продюсерские стратегии в создании креативного контента»?
3. Какими важными для вас профессиональными компетенциями вы обладаете, где и при каких обстоятельствах они получены?
4. Каковы, по вашему мнению, перспективы развития цифровых технологий? Обоснуйте ваш ответ ссылками на источники и авторов.
5. В какой волонтерской деятельности вы принимали участие за последние 5 лет (название, где и когда, в каком качестве).
6. В каких проектах вы принимали участие за последние 5 лет (название проекта, моя роль, степень участия в проекте)?
7. Каковы, по вашему мнению, актуальные тренды в производстве креативного контента? Укажите 2-3 примера удачных на ваш взгляд проекта за последние 5 лет в сфере производства и распространения креативного контента.
8. Кратко (не более 400 слов) опишите идею или концепцию проекта по производству и продвижению креативного контента (видение, актуальность, целевую аудиторию, социальные и экономические эффекты от реализации), который вы хотели бы осуществить в ближайшее время? Используйте экономические понятия и управленческую терминологию.

### **2.1.2 Оформление мотивационного письма**

Письмо предоставляется в электронном виде.

Мотивационное письмо оформляется в виде текста, подготовленного с помощью текстового редактора Microsoft Word (или аналога) с применением шрифта Times New Roman, 12 кегль (заголовки 14 – 16 кегль, в таблицах 12 – 14 кегль) на листах формата А4. Основной цвет шрифта – черный. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию.

Поля: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 15 мм, левое – 30 мм.

Выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Межстрочный интервал 1,5. Между абзацами интервал не добавляется.

Объем не более 1000 слов. Напечатанный текст письма загружается в виде файла расширением .doc или .docs или .pdf в Систему дистанционного обучения Академии.

Пример оформления письма приведен в Приложении 1.

### **2.1.3 Оценка мотивационного письма**

Оценка мотивационного письма проводится экзаменационной комиссией,

действующей на основании Положения об экзаменационной комиссии и Правил приема, действующих на год поступления.

Общая оценка определяется как средний балл, выставленный всеми членами приемной комиссии по результатам оценки мотивационного письма.

Таблица 1.

### Показатели и критерии оценивания

Оцениваемые показатели	Максимальное кол-во баллов	Критерии оценивания	Баллы
<b>1. Причины выбора программы</b>	<b>15</b>	Карьерный рост/ Смена вида деятельности	8-15
		Повышение образовательного уровня/Личностный рост	1-7
		Не указано или нечетко сформулировано	0
<b>2. Профессиональные компетенции</b>	<b>15</b>	Перечислены компетенции и место их получения	6-15
		Компетенции перечислены	1-5
		Компетенции не перечислены	0
<b>3. Социальная и профессиональная активность.</b>	<b>15+5=20</b>		
Проектная деятельность	15	4 и более	15
		3	10-14
		2	6-9
		1	5

		Нет	0
Волонтерская деятельность	5	Участвовал	5
		Не участвовал	0
<b>4. Оформление и качество мотивационного письма</b>	<b>10</b>	Качество оформления и форматирования текста.	1-5
		Логическая связанность и аргументация.	1-5
<b>5. Профессиональный потенциал</b>  (экспертная оценка приемной комиссии с учетом собеседования)	<b>10+5+25=40</b>		
Владение знаниями в сфере цифровых коммуникаций и производстве креативного контента.	10	Тенденции представлены и обоснованы	4-5
		Тенденции представлены, но обоснованы слабо или не обоснованы.	1-3
		Не представлены	0
Перспективы развития этих сфер деятельности.	5	Представлены и обоснованы	4-5
		Представлены, но обоснованы слабо или не обоснованы.	1-3
		Не представлены	0
Описание проекта	25	Уровень представлений об проекте (нет, только идеи, конечный продукт или эффект, обоснованность).	0-25
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>		

## 2.2. Содержание тем для собеседования и критерии оценивания ответов

### 2.2.1. Содержание тем для собеседования

#### *Тема 1. Медиа и массовая коммуникация: теории и практики*

Медиа как сообщение (концепция М. Маклюэна). Теории коммуникативного воздействия и манипуляции (Г. Лассуэлл, У. Липпман). Феномен новых медиа. Специфика цифровых медиа и Web 2.0. Феномен мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа. Трансмедийный сторителлинг и культура партиципации (Г. Дженкинс). Цифровая среда: культура интерфейсов и программного обеспечения (Л. Манович, М. Фуллер). Специфика управления цифровой средой (agile/remote management).

#### *Тема 2. Современный социокультурный контекст деятельности менеджера*

Роль культуры и социокультурных факторов в управлении медиа и цифровой средой. Изменение содержания деятельности менеджера в связи с переходом к постиндустриальному типу экономики и сетевому обществу. Постиндустриальные гуманитарно-экономические концепции (экономика впечатлений, экономика символического обмена и др.). Просьюмеризм и культура pro-am коммуникации как условия осуществления проектной деятельности. Гибкое управление, менеджмент одноранговых проектов и удаленный менеджмент: новые контуры профессии в условиях цифровой среды.

#### *Тема 3. Менеджмент как предмет и дисциплина, историческая эволюция школ менеджмента*

Определение менеджмента. Содержание деятельности управления. Цели и задачи управления как особого типа деятельности. Современные методологии разработки проектов. Критическое и дизайн-мышление как основа decision-making в сфере менеджмента. Школы управления. Смена представлений об управлении в течение 20 века. Наиболее распространенные школы управления в 21 веке. Менеджмент удаленных/одноранговых проектов.

#### *Тема 4. Ресурсы управленческой деятельности*

Определение ресурса. Типы ресурсов. Методы ресурсного анализа. Специфика использования информационных ресурсов. Фактчекинг и работа с

«информационными пузырями» как инструменты функционирования коммуникационного менеджмента.

#### *Тема 5. Менеджмент: типы социальной координации и управление развитием*

Типы социальной координации. Эффективность различных типов социальной координации. Нетворкинг как способ конструирования деятельностных сообществ и аудиторий проектов. Определение развития. Развитие и процессы функционирования и расширенного воспроизводства. Проектный, программный и плановый метод управления.

#### *Тема 6. Маркетинг и коммуникации*

Определение маркетинга. Роль маркетинга в современной экономике. Сетевые технологии в маркетинге. Понятие некоммерческого маркетинга. Специфика маркетинга в сфере культуры. Цифровой маркетинг и соответствующие мероприятия: поисковая оптимизация (SEO), поисковый маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг влияния (influencer marketing), автоматизация создания контента, маркетинг

в электронной коммерции, маркетинг социальных медиа (SMM), прямые рассылки, контекстная реклама, реклама в электронных книгах, программах, играх и других формах цифровой продукции.

#### Тема 7. Современные культурные рынки

Определение рынка. Понятие культурного рынка и его особенности. Определение культурного продукта/услуги, его специфика. Целевые группы потребителей культурных продуктов/услуг: определение, методы их выделения. Культурные и креативные индустрии. От СМК и СМИ к медиа и digital: формирование новых культурных рынков и профессий.

#### 2.2.2. Критерии оценивания устных ответов

Балл	Исследовательский вопрос	Понимание идей и методов	Работа с источниками	Структура и аргументация
70-100	Поступающий показывает способность к постановке нетривиальных аналитических вопросов	Поступающий демонстрирует отличное знание основных концепций, их критическую рефлексию	Поступающий демонстрирует широкую эрудицию в конкретной области и блестящее знание источников	Поступающий показывает незаурядные способности критического мышления, анализа фактов и проблем
60-69	Поступающий показывает способность к постановке корректных и точных вопросов	Поступающий демонстрирует хорошее знание основных концепций и ориентируется в подходах, методах, идеях	Поступающий демонстрирует хорошее знание своего исследовательского поля и знакомство с источниками	Поступающий показывает способность к критическому мышлению и аналитическому видению предмета
50-59	Поступающий показывает способность к постановке базовых вопросов	Поступающий демонстрирует самое базовое понимание концепций, подходов, методов, идей	Поступающий демонстрирует самое общее представление об обсуждаемой проблематике	Поступающий показывает базовое понимание обсуждаемых проблем и их контекстов
0-49	Поступающий показывает фундаментальное непонимание логики аналитической работы	Поступающий демонстрирует фундаментальные ошибки в интерпретации концепций, подходов, методов, идей	Поступающий демонстрирует фундаментальное непонимание источников и обсуждаемых проблем	Поступающий слабо ориентируется в обсуждаемой проблематике и не показывает к ней критического отношения



### **3. Рекомендуемая литература для подготовки к вступительному испытанию**

#### *Основная литература*

1. Маршалл Маклюэн, Галактика Гуттенберга, 2012
2. Клаус Шваб, Четвёртая промышленная революция, 2014
3. Джой Ито. Сдвиг. Как выжить в стремительном будущем, 2018
4. Джеффри Паркер, Маршалл ван Альстин, Санджит Чаудари. Революция платформ. – М., Манн, Иванов: Фарбер, 2017.
5. Филд Сид. Киносценарий: основы написания. М.: Эксмо, 2024.
6. Макки Роберт. История на миллион долларов. М. Альпина-Нонфикшн, 2014.
7. Еловников В.Н. Шоураннер. Искусство создавать. Введение в продюсирование креативных индустрий. – М.: Ridero. 2023.
8. Митч Меерсон. Основы интернет-маркетинга. 2014
9. Бенджи Рэбхен. От кликов к продажам, 2015
10. Пайн Дж. Б., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005.
11. Майкл Миллер «YouTube для бизнеса. Эффективный маркетинг с помощью видео», 2014

*Пример оформления мотивационного письма*

**Мотивационное письмо абитуриента (ФИО), претендующего на обучение по магистерской программе «Продюсерские стратегии в создании креативного контента»**

Текст мотивационного письма

Дата