

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ	
Наименование вступительного испытания:	
Менеджмент	
Направление подготовки:	
38.04.02 Менеджмент	
Образовательные программы:	
«Стратегический менеджмент» «Управление технологическим бизнесом»	
Форма проведения вступительного испытания:	
Тестирование (письменно) на русском языке	
Аннотация:	
Программа вступительного испытания включает перечень тем по дисциплинам базовой и вариативной частей профессионального цикла учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент	
Дисциплины, включенные в программу вступительного испытания:	
1) «Современные проблемы менеджмента»; 2) «Маркетинг-менеджмент»; 3) «Экономика организаций (предприятий)».	
Содержание программы вступительного испытания (перечень тем (вопросов)):	
Раздел 1. «Современные проблемы менеджмента»	
1. Методы менеджмента. 2. Факторы, которые являются важными для развития организации (модель Мак-Кинси «7S») 3. Критерии оценки эффективности менеджмента. 4. Модель управления изменениями в организации Л. Грейнера. 5. Модель управления изменениями И. Ансоффа. 6. Реинжиниринг бизнес-процессов. 7. Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений главных современных показателей деятельности компании, таких, как стоимость, качество, сервис и темпы. 8. Модель жизненного цикла организации Адизеса построена с учетом двух параметрах цикла функционирования организации. 9. Управление организационными изменениями 10. Принципы изменений в структуре управления организацией. 11. Организационная культура. 12. Задачи менеджмента. 13. Объекты и субъекты управления в менеджменте. 14. Организационные формы распределения функций менеджеров. 15. Процесс управления организацией. 16. Функции управления в организации. 17. Стратегия организации. 18. Результаты анализа сильных и слабых сторон организации, а также ее возможностей и рисков. 19. Цели, отражающие концепцию развития организации, разрабатываемые на долгосрочную перспективу. 20. Концептуальная модель, представляющая матрицу, состоящую из 9 ячеек для отображения и сравнительного анализа стратегических позиций и направлений деятельности организации.	
Раздел 2. «Маркетинг-менеджмент»	
1. Конечная цель маркетинга. 2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга. 3. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.	

4. Базовые понятия маркетинга: нужда.
5. Системное распространение информации о товарах и услугах, идеях или событиях с целью вызвать интерес и побудить к действию.
6. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга.
7. Деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара.
8. Товарный ассортимент.
9. Набор методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга.
10. Методы исследования при сборе первичных данных в устной форме.
11. Социальные группы в маркетинге.
12. Производство нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей.
13. Плановое воздействие на событие.
14. Материальные изделия и процесс потребления.
15. Товары и товарные классификации.
16. Торговая марка.
17. Товары с определенным набором свойств.
18. Процесс развития продаж товара и получения прибыли.
19. Ценообразование.
20. Инвестиции.

Раздел 3. «Экономика организаций (предприятий)»

1. Органы управления акционерным обществом.
2. Классификация организаций.
3. Направления повышения эффективности работы предприятия.
4. Уставный капитал акционерного общества.
5. Амортизация основных производственных фондов.
6. Коэффициент выбытия основных средств.
7. Фондоотдача. Фондоемкость.
8. Производственная мощность предприятия.
9. Расчет амортизационных отчислений.
10. Экстенсивное и интенсивное использование основных производственных фондов.

Список рекомендуемой для подготовки литературы:

Раздел 1. «Современные проблемы менеджмента»

1. Удалов Ф. Е., Алёхина О. Ф., Гапонова О. С. Основы менеджмента: Учебное пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет – 363 с. - электронная версия книги: <https://www.hse.ru/data/2013/06/28/1285837416/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%B5%20%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0.pdf>
2. Огарков А. А. Основы современного менеджмента: учебное пособие / А. А. Огарков; Волгоградский институт управления – филиал ФГБОУ ВО РАНХиГС. – Волгоград: Издательство Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2017. - электронная версия книги: [https://docs.vlgr-ranepa.ru/podr/ipc/elizd/%D0%9E%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2_\(%D0%92%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0\).pdf](https://docs.vlgr-ranepa.ru/podr/ipc/elizd/%D0%9E%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2_(%D0%92%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0).pdf)
3. Коваленко Б.Б. Современные проблемы менеджмента: учеб. пособие. – СПб: Университет ИТМО – 131 с. - электронная версия книги: [https://docs.vlgr-ranepa.ru/podr/ipc/elizd/%D0%9E%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2_\(%D0%92%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0\).pdf](https://docs.vlgr-ranepa.ru/podr/ipc/elizd/%D0%9E%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2_(%D0%92%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0).pdf)

Раздел 2. «Маркетинг-менеджмент»

1. Филип Котлер. Маркетинг-менеджмент: СПб: Питер Ком - 896 с: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента») - электронная версия книги: <https://djvu.online/file/1UFZrOodDIHZs?ysclid=mm4uk4inr2372274816>
2. Лихацкий В.И. Теория менеджмента: учебник. – Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2021. – 243 с.- электронная версия книги:

<https://www.gief.ru/uploads/siteimages/docs/studentu/biblio/%D0%9B%D0%B8%D1%85%D0%B0%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%92.%D0%98.%20%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0.pdf?ysclid=mm4upxxf4v713418526>

3. Астратова Г. В. Основы маркетинга: учебное пособие / Г. В. Астратова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2024. – 232 с. электронная версия книги: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/135754/1/978-5-7996-3795-8_2024.pdf?ysclid=mm4us4cqdh222447990

Раздел 3. «Экономика организаций (предприятий)»

1. Экономика организации (предприятия): учебное пособие/ Т. К. Руткаускас [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф.Т. К. Руткаускас. – 2-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург: Изд-во УМЦУПИ, 2018. – 260 с. - электронная версия книги:

https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/64561/1/978-5-8295-0563-9_2018.pdf?ysclid=mm4uucvk24327950062

2. Белый Е. М., Алексеев Ю. С. Зими́на Л. Ю., Байгулова А. А. Экономика предприятия: производственные ресурсы и эффективность их использования Учебное пособие - электронная версия книги: <https://www.ulsu.ru/media/documents/uch-posobie-economika-organizacii.pdf?ysclid=mm4uvw75h2935154634>

3. Афонасова М. А. А 946 Экономика предприятия: учебное пособие / М. А. Афонасова - Томск: Эль Контент - 146 с.- электронная версия книги:

<https://edu.tusur.ru/publications/4743/download?ysclid=mm4v057i36529519078>

Критерии оценивания вступительного испытания:

Тест представляет собой набор вопросов в виде тестов – закрытого типа (всего 50) по трем дисциплинам.

Тестовые задания выполняются самостоятельно

Тестовые задания разделены на 3 раздела:

Раздел 1. Дисциплина «Менеджмент»

Количество тестовых вопросов – 20, в том числе: - закрытые тестовые задания – 20.

Раздел 2. Дисциплина «Маркетинг-менеджмент»

Количество тестовых вопросов – 20, в том числе: - закрытые тестовые задания – 20

Раздел 3. Дисциплина «Экономика организаций (предприятий)»

Количество тестовых вопросов – 10, в том числе: - закрытые тестовые задания – 10

Вступительное испытание оценивается по 100 (стобальной) шкале.

Максимальное количество баллов – 100

За каждое правильно выполненное тестовое задание присваивается 2 балла.

Не оцениваются:

- выполненные задания после окончания времени выполнения тестового задания;

Не присваиваются баллы за тестовое задание:

- если в тестовом задании отмечены все варианты ответа как верные.

Примерный вариант вступительного испытания:

1. Что из нижеперечисленного не входит в классификацию методов менеджмента?

А. подходы к оптимизации использования ресурсов организации

Б. способы повысить эффективность бизнес – процессов

В. способы и приемы воздействия на сотрудников с целью реализации стратегических целей и миссии организации, обеспечения ее конкурентоспособности

2. Генеральный план программы мероприятий, определяющий стратегию, задачи, ресурсы и варианты осуществления управленческих воздействий – это:

А. стратегия организации

Б. тактический план

В. рабочий нормативный документ

3. Фондоотдача обратно пропорциональна:

- А. фондоемкости
- Б. фондовооруженности
- В. производительности труда

4. Определите, что не является важными факторами для развития организации, согласно модели Мак-Кинси «7S»)

- А. стратегия
- Б. социальные изменения
- В. навыки
- Г. все варианты верны

5. Что из нижеперечисленного относится к основным фондам организации?

- А. здания и сооружения
- Б. денежные средства
- В. сырье

6. К какой категории принято относить производственные запасы предприятия?

- А. к основным средствам
- Б. к оборотным средствам
- В. к нематериальным активам

7. Какие методы не отражены в модели управления изменениями И. Ансоффа: (несколько вариантов ответа)

- А. метод адаптивных изменений
- Б. переговорный метод проведения изменений
- В. принудительный метод проведения изменений

8. Какие из перечисленных вариантов классифицируются как виды спроса? (несколько вариантов ответа)

- А. чрезмерный спрос (дефицит)
- Б. падающий спрос (снижение интереса)
- В. хаотичный спрос
- Г. все ответы верны

9. Наибольшей ликвидностью обладают:

- А. деньги
- Б. ценные бумаги
- В. золото в слитках

10. «Инструментом» для быстрого роста продаж является:

- А. увеличение каналов продаж
- Б. реклама
- В. инвестиции в инфраструктуру

Разработчики программы:

1. Голубецкая Наталья Петровна, профессор кафедры «Менеджмента и государственного и муниципального управления», д-р. экон. наук, профессор;
2. Пастухов Александр Львович, доцент кафедры «Управления социально-экономическими системами», канд. филос. наук, доцент.

Обсуждено на заседании кафедры «Менеджмента и государственного и муниципального управления»

протокол № 6 от «12» января 2026 г.

Обсуждено на заседании кафедры «Управления социально-экономическими системами»
протокол № 5 от «25» декабря 2025 г.

Одобрено методическим советом Института управления и информационных технологий
протокол № 5 25/26 от «16» января 2026 г.