МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

**ПРОГРАММА**

**вступительного испытания**

**для поступающих в магистратуру по направлению подготовки**

**38.04.02 «Менеджмент»**

**программа (профиль)**

**«Маркетинговое управление»**

**ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Вступительные испытания предназначены для определения практической и теоретической подготовленности поступающего в магистратуру и проводятся с целью определения соответствия знаний умений и навыков требованиям обучения магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистратура). Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Вступительные испытания в магистратуру проводят экзаменационные комиссии, назначенные председателем приёмной комиссии УУНиТ.

**ПРОЦЕДУРА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Дата и время проведения вступительного испытания и консультации определяются расписанием вступительных испытаний, которое утверждается председателем приемной комиссии.

Перед вступительным испытанием для поступающих проводится консультация по содержанию программы испытания, критериям оценки, предъявляемым требованиям, правилам поведения на испытании.

Форма вступительного испытания(в соответствии Положением о вступительных испытаниях УУНИТ): тестирование*.*

Вступительные испытания в виде электронного тестирования проводятся в соответствии с программами вступительных испытаний, утверждаемых председателем предметной комиссии.

Вступительные испытания в форме тестирования включают вопросы как закрытого, так и открытого типа, а также задания в аудио- и видеоформатах.

Составление вариантов экзаменационных заданий в форме электронных тестов осуществляется ответственным секретарем приемной комиссии университета.

Из вариантов экзаменационных заданий формируются комплекты вопросов-тестов.

Компоновку комплектов вопросов-тестов ответственный секретарь, заместитель ответственного секретаря производят до вступительных испытаний.

Тест содержит 40 тестовых вопросов.

Результаты испытаний оцениваются по 100 бальной шкале.

Абитуриент, не согласный с оценкой, полученной на ВИ и (или) в связи с нарушением процедуры проведения ВИ имеет право подать апелляцию. Процедура подачи и рассмотрения апелляции регламентируется Положением об апелляционной комиссии УУНиТ.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА**

Критериями оценки экзаменационного ответа, поступающего в магистратуру являются полнота, логичность, доказательность, прочность, осознанность знаний и теоретическая обоснованность суждений, самостоятельность в интерпретации информации, практическая направленность, уровень овладения профессиональными умениями менеджера и др. В случае тестирования является правильные ответы на тестовые задания.

При проверке количество первичных баллов переводится в итоговую 100 балльную шкалу через информационную платформу университета.

**СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

*Теория менеджмента*

1. Сущность менеджмента. Виды и уровни менеджмента в организационной структуре.

2. Функции менеджмента в современной компании.

3. Школа научного управления: основные представители, вклад в науку управления.

4. Классическая (административная) школа управления: основные представители, вклад в науку управления.

5. Школа человеческих отношений: основные представители, вклад в науку управления.

6. Вопросы применения системного, ситуационного и оперативного подхода в менеджменте.

*Теория организации*

1. Организация и ее основные признаки. Характеристика организации как системы.

2. Внутренняя и внешняя среда организации.

3. Классификация видов организаций. Законы жизнедеятельности организации.

4. Цели в управлении организацией. Классификация целей. Установление целей и их ранжирование.

5. Понятие и сущность организационной структуры фирмы. Принципы и факторы, влияющие на формирование организационной структуры.

6. Типы организационных структур управления.

*Стратегический менеджмент и разработка управленческих решений*

1. Стратегия организации и ее виды.

2. Планирование как функция менеджмента: цели, задачи и принципы. Перспективное, среднесрочное и текущее планирование. Виды планов.

3. Процесс стратегического планирования. SWOT – анализ.

4. Понятие и сущность организационного управленческого решения. Типы управленческих решений.

5. Подходы к принятию управленческих решений.

6. Процесс принятия управленческих решений: основные стадии процесса.

*Мотивация и организационная культура*

1. Сущность мотивации. Взаимосвязь мотивации и потребностей, мотивации и вознаграждения.

2. Содержательные теории мотивации: основные представители, идеи.

3. Процессуальные теории мотивации: представители, основные идеи.

4. Понятие и содержание организационной культуры. Функции организационной культуры.

5. Формирование, поддержание и изменение организационной культуры.

6. Групповая динамика организации и формирование команды.

*Лидерство и управление коммуникациями*

1. Личность менеджера. Специфика деятельности менеджеров высшего, среднего и низшего звена.

2 Феномен власти в менеджменте. Типология власти. Власть и авторитет менеджера.

3. Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Традиционные концепции лидерства.

4. Ситуационный подход к феномену лидерства в менеджменте.

5. Сущность коммуникации. Процесс коммуникации: обратная связь. Шумы в коммуникации.

6. Межличностные и организационные коммуникации.

*Маркетинг*

1. Сущность, содержание и виды маркетинга.

2. Маркетинговая среда и маркетинговая система организации.

3. Понятие и структура маркетинговых исследований.

4. Виды и методы маркетинговых исследований.

5. Понятие и критерии рыночной сегментации.

6. Понятие и классификации товаров в маркетинге. Позиционирование товаров.

7. Понятие и стадии разработки товара рыночной новизны. Жизненный цикл товара.

8. Ассортимент, упаковка товара и торговая марка в товарной политике.

9. Ценовая политика в маркетинге: сущность и составные элементы.

10. Понятие, функции и содержание сбытовой политики в маркетинге.

11. Совокупность средств продвижения товаров на рынок.

12. Реклама: функции и разновидности.

13. Виды организационных структур служб маркетинга.

14. Планирование маркетинговой деятельности.

**Демоверсия экзаменационного варианта**

1. «Множественный выбор».

Основными составными частями комплекса маркетинга являются

а) *цена, продвижение, сбыт, товар;*

б) товар, стимулирование сбыта, реклама;

в) сбыт товара, ценообразование, продвижение;

г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков.

2. «На соответствие».

Сопоставьте функции менеджмента и их определения *(представлено верное соответствие)*

|  |  |
| --- | --- |
| организация | процесс формирования структуры управления и создания определенного порядка в работе |
| мотивация | процесс приобщения рабочих до высокопроизводительного труда |
| координация | процесс установления пропорций и согласование действий в системе управления |
| контроль | система наблюдения и проверки функционирования предприятия |

3. «Короткий ответ» / «Числовой».

Процесс деления рынка на отдельные группы покупателей с похожими потребностями или характеристиками, которые будут реагировать на маркетинговые усилия одинаково.

*Ответ: сегментация.*

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

**Нормативно-правовые акты:**

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024).

2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 26.12.2024).

3. Федеральный закон «О конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 14.10.2024).

**Основная литература:**

1. Абрамов В. С., Абрамов С. В. Стратегический менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 435 с.

2. Абчук В. А., Трапицын С. Ю., Тимченко В. В. Прикладные аспекты менеджмента. – М.: Юрайт. 2023. – 348 с.

3. Абчук В. А., Трапицын С. Ю., Тимченко В. В. Теоретические основы менеджмента. – М.: Юрайт. 2023. – 321 с.

4. Астахова Н. И., Москвитин Г. И. Менеджмент. – М.: Юрайт. 2023. – 423 с.

5. Веснин В. Р. Менеджмент. 4-е изд. – М.: Проспект. 2024. – 616 с.

6. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М: Юрайт, 2023. – 363 с.

7. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М: Юрайт, 2024. – 479 с.

8. Егоров Ю. Н. Управление маркетингом: учебник / Ю.Н. Егоров. – М: ИНФРА-М, 2022. – 238 с.

9. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 376 с.

10. Иванова И. А., Сергеев А. М. Менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 328 с.

11. Иванова Т. Ю., Коротков Э. М., Приходько В. И. Теория менеджмента. Синергетический менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 332 с.

12. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: Юрайт, 2024. – 474 с.

13. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М: Юрайт, 2024. – 170 с.

14. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М: Юрайт, 2025. – 286 с.

15. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – М: Юрайт, 2025. – 383 с.

16. Коргова М. А. Менеджмент организации. – М.: Юрайт. 2024. – 207 с.

17. Коротков Э. М. Менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 567 с.

18. Малюк В. И. Современные проблемы менеджмента. – М.: Юрайт. 2024. – 196 с.

19. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Основы менеджмента. Практический курс. – М.: Юрайт. 2024. – 176 с.

20. Титов В. Н., Суханова Г. Н. Теория и история менеджмента. – М.: Юрайт. 2024. – 488 с.

**Дополнительная литература**

1. Григорян Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян. – М: ИНФРА-М, 2023. – 294 с.

2. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.

3. Карпова С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. – М: Юрайт, 2025. – 181 с.

4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М: Юрайт, 2025. – 479 с.

5. Коргова М. А., Салогуб А. М. Менеджмент. История менеджмента. – М.: Юрайт. 2023. – 168 с.

6. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Теория менеджмента. – М.: Юрайт. 2024. – 294 с.

7. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум / под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнера. – М.: Юрайт. 2024. – 380 с.

8. Менеджмент / под ред. И. Н. Шапкина. – М.: Юрайт. 2023. – 590 с.

9. Менеджмент / под ред. Ю. В. Кузнецовой. – М.: Юрайт. 2024. – 596 с.

10. Менеджмент: методы принятия управленческих решений / под ред. П. В. Иванова. – М.: Юрайт. 2023. 3 – 51 с.

11. Михалева Е. П. Менеджмент. – М.: Юрайт. 2023. – 192 с.

12. Попов С. А. Стратегический менеджмент: актуальный курс. – М.: Юрайт. 2023. – 482 с.

13. Пушкарева Г. В. Менеджмент. – М.: Юрайт. 2023. – 327 с.

14. Староверова К. О. Менеджмент. Эффективность управления. – М.: Юрайт. 2024. – 270 с.

15. Тебекин А. В. Стратегический менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 334 с.

16. Трофимова Л. А., Трофимов В. В. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. – М.: Юрайт. 2023. – 313 с.

17. Шарапова Т. В. Основы менеджмента. – М.: Юрайт. 2023. – 209 с.

18. Шифрин М. Б. Стратегический менеджмент. – М.: Юрайт. 2024. – 296 с.

**Периодические издания (интернет-ресурсы):**

1. Официальный сайт «Реклама в России» – Режим доступа:<https://www.rwr.ru/>.

2. Официальный сайт «Энциклопедия маркетинга» – Режим доступа:<https://www.marketing.spb.ru/>.

3. Официальный сайт «Новости и аналитические статьи о рекламе, маркетинге и PR» – Режим доступа:<http://www.advertology.ru/>.

4. Официальный сайт «Гильдия маркетологов» – Режим доступа:<https://www.marketologi.ru/>.

5. Журнал «Проблемы теории и практики управления» – Режим доступа: <https://ptpu.pro>.

6. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» – Режим доступа: <http://www.mevriz.ru>.

7. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/press/marketing/>.

8. Журнал «Управление компанией» – Режим доступа: <http://www.zhuk.net/>.

9. Маркетинг и маркетинговые исследования – Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal/3/>.

10. Журнал «Маркетолог» – Режим доступа: <https://www.marketolog.ru>.