

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство образования и науки Кыргызской Республики

Межгосударственная образовательная организация высшего образования
Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента
Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

_____ Е.В. Девятова

« ____ » _____ 2025 г.

ПРОГРАММА ВНУТРЕННИХ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Управление бизнес-проектами

Уровень образования: Высшее образование - Магистратура

Форма обучения: Очная

Аннотация:

Программа содержит перечень тем по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», вошедших в содержание тестовых заданий (вопросов, заданий и задач) вступительного испытания в магистратуру.

Вступительное испытание проводится в форме компьютерного тестирования, оценивается по стобалльной шкале и состоит из двух блоков тестовых заданий по контролируемым дисциплинам:

1. Менеджмент
2. Маркетинг

Тестовые задания разделены на три уровня сложности по уровням: знать, владеть, применять навык.

Программа рассмотрена на заседании кафедры менеджмента и рекомендована к изданию УМС ЭФ

«26» мая 2025 г. протокол № 9

Заведующая кафедрой



О.Г. Романович

Авторы-составители:

к.э.н., доцент



О.Г. Романович

к.э.н., доцент



А.А. Рахманалиева

Согласовано:

Председатель УМС ЭФ



Н.П. Жилкина

« 26 » мая 2025 г.

1. Дисциплины, включённые в программу внутренних вступительных испытаний:

1.1. Менеджмент

1.2. Маркетинг

2. Содержание учебных дисциплин и перечень тем для подготовки:

2.1. Менеджмент

Темы (вопросы):

Раздел 1: Основы менеджмента

1. Эволюция науки управления.
2. Основные характеристики процесса управления.
3. Цели и миссия организации.
4. Функции управления организацией.
5. Принципы управления современной организацией.
6. Американская, европейская и японская модели управления.
7. Современные подходы в управлении современной организацией.
8. Факторы внутренней среды организации.
9. Факторы внешней среды бизнеса.
10. Виды и формы современных организаций.
11. Коммерческие и некоммерческие организации.
12. Этапы жизненного цикла организации.
13. Виды конкурентных преимуществ.
14. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
15. Конкурентные силы современной организации.
16. Корпоративная культура

Раздел 2: Методология и функции менеджмента

1. Планирование как функция управления организацией.
2. Контроль как функция управления организацией.
3. Мотивация в управлении персоналом организации.
4. Информация и коммуникации

Раздел 3: Структура управления организацией

1. Система и классификация методов управления современной организацией: социально-психологические, административные, экономические.
2. Понятия «руководство», «власть», «лидерство» и влияние взаимосвязи между ними.
3. Стиль управления в современной организации.
4. Административные стили руководства и их влияние на деятельность организации.
5. Классификация стилей руководства по роли менеджера.

Раздел 4: Управление развитием организации

1. Виды, недостатки и преимущества организационных структур управления.
2. Делегирование полномочий.
3. Издержки предприятия.
4. Показатели эффективной деятельности организации.
5. Этика управления в современной организации.

2.2. Маркетинг

Темы (вопросы):

Раздел 1: Социально-экономическая сущность современного маркетинга

1. Сущность и содержание современного маркетинга.
2. Эволюция маркетинга: концепции управления маркетинговой деятельностью
3. Определения маркетинга. Причины многообразия определений.
4. Цели маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга.
5. Методы маркетинговой деятельности. Виды маркетинга.
6. Основные понятия современного маркетинга.
7. Количественные параметры рынка: доля рынка, емкость рынка. Виды емкости рынка: фактическая, потенциальная и доступная
8. Основные направления исследований в маркетинге.
9. Виды маркетинговых исследований.
10. Формирование выборки.
11. Внешняя среда организации: микросреда (среда прямого воздействия) и макросреда (среда косвенного воздействия).
12. Факторы микросреды и их характеристика.
13. Факторы макросреды и их характеристика.

Раздел 2: Сегментирование рынков и позиционирование товара и компании на рынке

1. Сегментирование рынков: сущность и необходимость.
2. Основные критерии сегментирования. Алгоритм сегментирования.
3. Основные подходы к сегментированию рынков: недифференцированный (массовый), дифференцированный, концентрированный маркетинг.
4. Дифференцирование товара. Факторы Дифференцирования.
5. Позиционирование торговой марки. Основные стратегии Позиционирования.
6. Карта позиционирования и принципы ее построения.

Раздел 3: Управление маркетинговой деятельностью предприятия

1. Общепринятые классификации товаров.
2. Многоуровневая интегральная модель товара (Ф. Котлер).
3. Жизненный цикл товара: классическая форма и варианты ЖЦТ.
4. Модификация цен.
5. Методы установления исходной цены товара.
6. Ценовые стратегии для новых товаров: Стратегия «снятие сливок». Стратегия проникновения на рынок.

7. Ценовые стратегии для существующих товаров: Стратегия «высоких цен» (премиальное ценообразование). Стратегия «низких цен». Стратегия паритетного ценообразования (стратегия текущих цен).
8. Сбытовая политика фирмы: сущность, виды каналов распределения.
9. Формирование каналов сбыта.
10. Франчайзинг как особая форма эксклюзивного сбыта.
11. Мерчендайзинг. Основные принципы мерчендайзинга.
12. Продвижение товара, или коммуникационная политика фирмы.
13. Характеристика основных средств продвижения.

Раздел 4: Основы стратегического маркетинга

1. Стратегическое планирование, ориентированное на рынок.
2. Маркетинговый план.
3. Классификация маркетинговых стратегий.
4. Конкурентные стратегии в маркетинге.
5. Стратегии роста фирмы.
6. Портфельные стратегии маркетинга.

3. Литература для подготовки:

Основная литература:

1. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – С.493.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2024.
3. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 363 с.
4. Григорьев М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. — 478 с.
5. Карпова С.В. Международный маркетинг. Учебник и практикум. – М.: Дашков и К., 2023.
6. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Магистр : ИНФРА-М, 2024. – 672 с.
7. Синяева И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 487 с.
8. Генова, А. А. Менеджмент организаций : практикум для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» / А. А. Генова, А. С. Тарасов. — Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2024. — 68 с.
9. Васылева-Керян, О. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / О. В. Васылева-Керян. — Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2023. — 511 с.
10. Голивецова, Н. Н. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / Н. Н. Голивецова, А. П. Юдин. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 78 с.

Дополнительная литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. – Спб.: Питер, 2021. – 464 с.
2. Пустынникова Е.В. Цены и ценообразование. Учебное пособие. – М.: Интермедия, 2025.
3. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения – СПб: Питер, 2021 г. – 496 с.
4. Старов С.А. Управление брендами [Текст]: учебник / С.А. Старов. – СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2021. – 4-е изд. – 557 с.
5. Холленсен С. Глобальный маркетинг/ Пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. – Мн.: Новое знание, 2022. – 210 с.
6. Деяева, Л. М. Менеджмент в малом и среднем бизнесе : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Л. М. Деяева. — Донецк : Донецкая академия управления и государственной службы, 2019. — 200 с.