

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Мурманский арктический университет»
(ФГАОУ ВО «МАУ»)

Программа
Вступительных испытаний по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа
«Управление проектами»

Мурманск
2023

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММЕ МАГИСТРАТУРЫ**

Направление 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) «Управление проектами»

Автор-составитель:

Скотаренко Оксана Вячеславовна доктор экономических наук, доцент, профессор
кафедры экономики и управления МАУ

**Программа вступительных испытаний для поступающих в магистратуру по направлению
38.04.02. Менеджмент
Направленность (профиль) «Управление проектами»**

Пояснительная записка

Программа предназначена для подготовки абитуриентов к вступительному испытанию в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент по направленности (профилю) «Управление проектами» и составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Освоение магистерской программы предусматривает изучение возможностей современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе и сетевых, для решения образовательных задач. Таким образом, в результате освоения данной программы выпускник подготовлен как к научно-исследовательской, так и педагогической деятельности.

Цель устного вступительного испытания: установить уровень подготовки поступающего в магистратуру к научной и учебной деятельности, а так же оценить его возможности в освоении выбранного направления подготовки 38.04.02 Менеджмент в сфере управления проектами.

Задачи устного вступительного испытания: проверить уровень знаний поступающего по менеджменту, маркетингу и управлению персоналом.

Поступающий в магистратуру должен:

знать:

- роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний;
- основные этапы эволюции управленческой мысли;
- экономические основы поведения организаций;
- сущность и основной инструментальный анализа рынка;
- основы управления персоналом в системе управления организацией;
- принципы и методы управления персоналом;
- основные требования к подбору и отбору персонала;
- формы и виды обучения работников;
- основы трудовой мотивации;

уметь:

- анализировать и оценивать исторические события и процессы;
- находить организационно-управленческие решения и с готовностью нести за них ответственность;
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;
- анализировать операционную деятельность организации и использовать полученные результаты для подготовки управленческих решений;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- анализировать маркетинговую информацию, необходимую для обоснования и разработки планов маркетинга;
- формировать адекватные цели маркетинговой деятельности;
- разбираться в правовом поле социально-трудовых отношений;

Владеть:

- понятийным аппаратом в области менеджмента, маркетинга и управления персоналом;
- навыками кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- навыками разработки процедур и методов контроля;
- навыками разрешения конфликтных ситуаций;
- навыками подготовки и принятия плановых маркетинговых решений;
- навыками применения современных инструментов управления персоналом для решения практических задач.

Содержание программы

Программа содержит основные вопросы различных направлений менеджмента, маркетинга и управления персоналом, имеющих наиболее важное теоретическое и практическое значение.

I Маркетинг

1. Маркетинг: понятие, основные принципы, цели и функции.
2. Виды маркетинга (пробный, демаркетинг, ремаркетинг и пр.), эволюция концепций маркетинга, методы маркетинга.
3. Конкуренция и конкурентоспособность: определение, виды, ценовая и неценовая конкуренция, конкурентоспособность товара, предприятия.
4. Товарная политика предприятия: определение, составляющие политики, жизненный цикл товара, продукт и продуктовая политика предприятия.
5. Ценовая политика предприятия: определение, методы ценообразования, виды цен, скидок.
6. Сбытовая политика предприятия (распределение): определение, элементы системы товародвижения, посредники, методы расширения рынков сбыта.
7. Маркетинговые исследования: определение, направления исследований, методы исследований, этапы маркетинговых исследований, первичная и вторичная информация, маркетинговый анализ.
8. Сегментация рынка: понятие, критерии. Позиционирование товара, предприятия: понятие, принципы.
9. Политика продвижения: определение, составляющие, реклама (виды, функции, рекламный слоган, рекламное обращение, рекламный бюджет), PR, имидж предприятия, система маркетинговых коммуникаций.
10. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Внедрение и контроль маркетинговой деятельности. Организация службы маркетинга на предприятии.

II Менеджмент

1. Сущность менеджмента, его функции и методы. Этапы развития теории и практики менеджмента. Тенденции развития современного менеджмента.
2. Организация как объект управления. Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации.
3. Принятие управленческих решений: юридическое обоснование, качество решения, требования к управленческим решениям.
4. Сущность, предпосылки, классификация функций управления. Типы функций управления, их место и роль в управленческом процессе.
5. Планирование как функция менеджмента. Сущность, виды, принципы и методы планирования. Формы планирования.
6. Понятие и функции целей. Требования, предъявляемые к целям; их классификация. Стратегическое и тактическое планирование и их взаимосвязи.

7. Характеристика аппарата управления. Полномочия, ответственность и их виды. Делегирование полномочий и ответственности: принципы, масштабы, требования, выгоды, сопротивление.
8. Сущность и понятие организационной структуры управления. Департаментализация. Механистические организационные структуры. Адаптивные организационные структуры. Принципы и правила построения организационных структур управления.
9. Мотивация и стимулирование. Элементы и принципы мотивационного механизма.
10. Контроль как функция менеджмента. Виды и этапы контроля. Управление с помощью обратной связи. Оценка эффективности управляемых систем.

III Управление персоналом

1. Персонал организации как объект управления. Регулирование социально трудовых отношений персонала
2. Сущность, цели, функции, организационная структура системы управления персоналом в современной организации.
3. Кадровое планирование. Процесс подбора, отбора и введения в должность персонала организации.
4. Управление мотивацией и стимулированием трудового поведения. Управление поведением персонала. Управление конфликтами и стрессами.
5. Управление обучением и развитием персонала.
6. Взаимосвязь стратегии организации и стратегии управления персоналом.
7. Методы оценки результативности персонала организации. Оценка результатов работы по управлению персоналом.

Форма проведения

Собеседование проводится в устной форме. Продолжительность собеседования около 10-15 минут. Собеседование включает два теоретических вопроса. В теоретических вопросах абитуриенту предлагается осветить некоторые положения по определенному вопросу из области менеджмента, маркетинга и управления персоналом.

Кроме ответа на предлагаемые вопросы, абитуриенту могут быть заданы профориентационные вопросы: обсуждение предполагаемой темы исследования, уточнение области научных интересов, вопросы по выпускной квалификационной работе (бакалаврской или дипломной) и т.п.

Список литературы

Основная литература:

1. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483>
2. Коргова, М. А. Менеджмент организации : учебное пособие для вузов / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10829-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516231>
3. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534104>
4. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-

- 5-534-07327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510549>
5. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531182>
 6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>
 7. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 589 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09158-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531503>
 8. Медведева, Т. А. Основы теории управления : учебник и практикум для вузов / Т. А. Медведева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 178 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7025-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512333>
 9. Теория управления : учебник для вузов / Н. И. Астахова [и др.] ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6671-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510919>
 10. Экономика предприятия : учебник для среднего профессионального образования / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 458 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15879-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530594>
 11. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15122-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511211>
 12. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10521-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510563>

Дополнительная литература:

1. Бусов, В. И. Управленческие решения: учебник для вузов / В. И. Бусов. — М.: Юрайт, 2020. — 254 с. — ISBN 978-5-534-01436-5. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblionline.ru/bcode/449843>.
2. Блинов, А.О. Управление изменениями : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 304 с. : табл., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02291-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452539>.
3. Гаврилов, М.В. Информатика и информационные технологии в экономике : учебник для прикладного бакалавриата / М.В. Гаврилов, В.А. Климов. — М. : Юнити-Дана, 2018. — 383 с. - ISBN: 978-5-534-00814-2 - [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://biblionline.ru/viewer/C6F5B84E-7F46-4B3F-B9EE-92B3BA556BB7/informatika-i-informacionnye-tehnologii#page/2>
4. Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации : учеб. пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман ; под науч. ред. Н. Р. Кельчевской. — М. :

- Издательство Юрайт, 2017 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 134 с. — (Серия : Университеты России).
5. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468949>.
 6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401>
 7. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И.В.Липсиц [и др.]: под ред. И.В.Липсица, О.К. Ойшер. — М. : Юрайт, 2020. — 379 с. — Серия : Высшее образование.
 8. Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. - 362 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02115-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>.
 9. Менеджмент в образовании : учебник и практикум для вузов / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под редакцией С. Ю. Трапицына. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14107-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511654>
 10. Корягина, И. А. Современные проблемы теории управления : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. А. Корягиной, М. В. Хачатуряна. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 188 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). ISBN 978-5-534-06934-1.
 11. Плахотникова, М.А. Информационные технологии в менеджменте: учебник и практикум для вузов / М.А.Плахотникова, Ю.В.Вертакова. — М. : Юрайт, 2020. — 326 с. — Серия : Высшее образование.
 13. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>.
 14. Экономика предприятия (организации, фирмы) : учебник / под ред. А. В. Быстрова, О. В. Девяткина. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство ИНФРА-М, 2018. — 780 с. — Серия : Высшее образование. Бакалавриат.
 15. Журналы «Менеджмент в России и за рубежом».
 16. Журналы «Маркетинг в России и за рубежом».
 17. Журналы «Российский экономический журнал».

**Критерии оценивания собеседования
на вступительном экзамене в магистратуру по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) «Управление проектами»**

В процессе проведения вступительных испытаний оценка готовности осуществляется по следующим критериям:

- всестороннее, систематическое и глубокое знание современных научных подходов и концепций;
- умение свободно отвечать на поставленные вопросы; – логичное и последовательное изложение ответов на вопросы, с опорой на разнообразные источники;
- использование различных категорий в раскрытии содержания вопроса;

- четкое определение своей позиции и грамотность изложения;
- последовательное, научно обоснованное изложение актуальных проблем;
- аргументированность выводов и обобщений в раскрытии подходов к рассматриваемому вопросу;
- свободное оперирование терминами, ориентированность в дополнительных источниках информации по данному вопросу;
- обоснованность, доказательность, эрудиция;
- умение ясно, четко, логично и грамотно представлять собственные профессиональные суждения, делать выводы.

Результаты собеседования оцениваются по 100 бальной шкале по следующим общим критериям:

- способность структурировать и аргументировать свои высказывания; - способность к анализу и интерпретации фактов и явлений;
- понимание сущности научно-исследовательской деятельности в рамках выбранного направления подготовки.

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

Оценка **«отлично»** выставляется, если ответ на вопрос раскрывается логично и аргументировано. Абитуриент обнаруживает отличное знание теоретического материала по проблеме, а также может согласовать теоретические положения с практической деятельностью, владеет комплексом современных компетенций для проведения научного исследования в рамках магистерской программы.

Оценка **«хорошо»** выставляется, если абитуриент раскрывает теоретические положения, приводит обоснованные аргументы. Однако соискатель испытывает трудности в соотнесении знаний по проблеме с практической деятельностью, частично затрудняется в ответах на проблемные вопросы.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если абитуриент демонстрирует неполное знание содержания источников по проблеме, затрудняется в соотнесении теоретических положений с практикой, не обнаруживает владения современными научными подходами. Ответы на вопросы не имеют глубокого теоретического обоснования.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если абитуриент обнаруживает знание содержания источников по проблеме в недостаточной мере для проведения исследования в выбранной научной области. Соискатель не способен соотнести теоретические положения с практикой. В результате собеседования не демонстрирует необходимого уровня владением исследовательским инструментарием.

Шкала оценивания:

«отлично»: 91 – 100 баллов;

«хорошо»: 81 – 90 баллов;

«удовлетворительно»: 61 – 80 баллов;

«неудовлетворительно»: менее 61 балла.