

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ИУБиП)»**

**Программа вступительного испытания в форме собеседования для
поступающих на программы магистратуры по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент профиль «Управление развитием бизнеса»**

Ростов-на-Дону
2025

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Вступительные испытания в магистратуру ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП) по направлению 38.04.02 Менеджмент проводится в форме собеседования на русском языке, представляющего собой индивидуальную устную беседу в режиме вопрос-ответ.

Кандидату задаются вопросы в соответствии с данной программой, позволяющие оценить его потенциал в качестве обучающегося Академии по образовательным программам соответствующего уровня и направленности. Продолжительность собеседования с одним кандидатом составляет не более 45 минут. Собеседование проводится в очной форме.

По результатам собеседования кандидатам выставляется комплексная оценка по совокупности критериев, позволяющих определить способности и уровень подготовленности к обучению.

Критериями оценивания являются:

1. Уровень владения русским языком, культура речи, речевой этикет.
2. Наличие теоретических и практических знаний, а также личностных качеств (мотивированность на обучение и последующую работу в профессиональной сфере.
3. Уровень осведомленности по актуальным российским и мировым общественным и политическим процессам.
4. Качество ответов на вопросы: полнота, убедительность, логичность изложения, аргументированность, доказательность.

Собеседование оценивается по 100 балльной шкале.

Критерии оценивания

Оценка	Критерии
от 85-100 баллов	ответы даны на подавляющее большинство вопросов, ответы лаконичные, строго по вопросу, вопрос раскрыт полностью, точно и емко обозначены понятия, регламент не нарушен
от 70-84 баллов	ответы даны на большую часть вопросов, ответ недостаточно краток, имеет место излишнее теоретизирование, строго по вопросу, вопрос раскрыт без полного описания всех необходимых элементов, правильно обозначены понятия, допущено незначительное превышение установленного времени на ответ
от 60-69 баллов	ответы даны на половину вопросов, ответ носит расплывчатый, неконкретный характер, имеет место излишнее теоретизирование, вопрос раскрыт не полно, допущены грубые ошибки, есть понимание раскрываемых понятий, допущено значительное превышение установленного времени на ответ
от 0 до 59 баллов	ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен в силу неподготовленности абитуриента

Область профессиональной деятельности магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент включает:

- управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;

- предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Объектами профессиональной деятельности магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

Вопросы для сдачи испытания разработаны с учетом дисциплин подготовки бакалавров и специалистов.

Результаты испытания оцениваются по стобальной шкале.

В программе вступительного испытания приводится примерный список вопросов и список рекомендуемой литературы для помощи в подготовке к вступительному испытанию.

**Перечень вопросов для собеседования по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент**

Раздел 1. Управление организацией.

1. Элементы и атрибуты организации.
2. Человек в организации.
3. Вхождение человека в организацию
4. Личностные и ролевые аспекты социализации.
5. Формирование поведения человека в организации.
6. Содержание и механизм поведения человека в организации.
7. Мотивация деятельности.
8. Теории содержания мотивации.
9. Теории процессов мотивации.
10. Внутренняя среда организации – природа, элементы, системные характеристики.
11. Ключевые функционалы организации: закупки, производство, продажи, персонал, финансы, учет, маркетинг, менеджмент.
12. Внешняя среда организации.
13. Характеристика элементов среды макроокружения организации.
14. Характеристика элементов микроокружения организации.
15. Проектирование работ в организации.
16. Модели проектирования работ.
17. Проектирование организации.
18. Элементы и факторы проектирования организации.
19. Организация взаимодействия и полномочия.
20. Типы организаций и организационных структур.
21. Внутриорганизационные процессы.
22. Информационная среда организации.
23. Процессы разработки, принятия и реализации решений.
24. Коммуникации в организации.
25. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили.
26. Лидерство и авторитет в управлении.
27. Концепции лидерства.
28. Конфликты в организации.
29. Типы конфликтов. Уровни конфликтов.
30. Организационная культура.

31. Концепции организационной культуры.
32. Влияние культуры на организационную эффективность.
33. Модели анализа организационной культуры.
34. Национальное в организационной культуре.
35. Жизненный цикл организации – определения, модели, характеристики моделей.
36. Образы организации (по Г. Моргану).
37. Организационное поведение.
38. Групповая динамика.
39. Организационная динамика.
40. Конфликты и стрессы, власть, влияние и политика.
41. Источники власти в организации.
42. Организационные изменения и развитие.
43. Обучающиеся организации.
44. Управление (менеджмент) организацией.
45. Возможность и необходимость управления организацией.
46. Предмет управления (менеджмента) как науки и практики.
47. Соотношение и взаимосвязь менеджмента с политэкономией, социологией, политологией и другими социально-экономическими дисциплинами.
48. История управления (менеджмента) и история управленческой мысли.
49. Наука и искусство управления.
50. Соотношение практики и науки управления.
51. Современные концепции менеджмента.
52. Организации будущего и тенденции науки управления организацией.
53. Управление (менеджмент) и бизнес.
54. Управление организацией как система.
55. Управление в статике и в динамике.
56. Элементы системы управления организацией.
57. Процесс управления организацией.
58. Управление как развивающаяся система.
59. Характеристика механизма и структуры управления организацией.
60. Функции управления.
61. Кадры управления.
62. Роли менеджера по Г. Минцбергу.
63. Делегирование полномочий.

64. Классификация и содержание методов управления организацией.
65. Организационные системы управления.
66. Техника управления и информационные системы управления.
67. Характеристика процессов управления организацией.
68. Совершенствование и развитие систем управления организацией.
69. Эффективность и результативность управления.
70. Управление ключевыми функционалами организации – специфика, характеристики, системный подход.
71. Управление бизнес-процессами (поставками, производством и продажами).
72. Управление финансами.
73. Управление персоналом.
74. Управление знаниями.
75. Стратегическое управление – сущность, атрибуты, процесс.
76. Миссия и стратегические цели организации.
77. Стратегический анализ внутренней и внешней среды – методы, процедуры.
78. Методы и модели разработки стратегий.
79. Эталонные стратегии.
80. Корпоративные, продуктовые и функциональные стратегии – взаимосвязь, взаимообусловленность.
81. Оценка и выбор стратегий.
82. Выполнение стратегий – контроль, проблемы, корректировка.
83. Управление внутриорганизационными процессами.
84. Информационное обеспечение процессов принятия управленческих решений.
85. Управление конфликтами.
86. Управление коммуникационными процессами.
87. Групповая динамика и управление.
88. Управление изменениями в организациях.
89. Характеристики и специфика управления различными организациями.
90. Управление малым, средним и крупным бизнесом.
91. Отраслевое управление.
92. Управление многоотраслевыми холдингами.
93. Управление инновационным бизнесом.
94. Государственное управление.
95. Региональное управление.

96. Управление семейным бизнесом.
97. Управление международным бизнесом.

Специальная часть

Раздел 2. Маркетинг

1. Маркетинг как рыночная концепция управления.
2. Основные концепции маркетинга, их эволюция.
3. Современные концепции маркетинга: маркетинг партнерских отношений, внутренний маркетинг, социально-ответственный маркетинг, «зеленый» маркетинг.
4. Функции маркетинга.
5. Маркетинговая среда.
6. Внутренняя и внешняя среда.
7. Микро- и макросреда организации.
8. Социокультурные, технологические, экономические, политические, законодательные, экологические, демографические факторы.
9. Внешнее и внутреннее конкурентное преимущество.
10. Варианты конкурентных стратегий (дифференциации; доминирования по издержкам; фокусирования).
11. Поведение потребителей.
12. Потребитель как основной актив организации.
13. Создание ценности для потребителя.
14. Различные роли покупателя.
15. Процесс принятия решения о покупке.
16. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке.
17. Удовлетворенность и лояльность клиентов.
18. Управление отношениями с клиентами (CRM).
19. Система маркетинговой информации.
20. Методы анализа внутренней и внешней среды (SWOT- анализ, PESTLE, бенчмаркинг, GAP-анализ (анализ разрывов), модели цепочки ценности и конкурентных сил М. Портера).
21. Первичная и вторичная маркетинговая информация.
22. Источники вторичной маркетинговой информации.
23. Маркетинговые исследования.
24. Виды маркетинговых исследований (поисковые, дескриптивные, каузальные).

25. Качественные и количественные методы исследований.
26. Разработка и реализация плана маркетингового исследования.
27. Содержание и структура отчета о проведении исследования.
28. Сегментирование рынка.
29. Сегментационный анализ.
30. Анализ привлекательности рынка.
31. Выбор целевых сегментов рынка.
32. Формулирование рыночной стратегии.
33. Недифференцированный, дифференцированный, концентрированный, нишевый маркетинг.
34. Позиционирование. Основания для позиционирования, подходы к их выбору.
35. Карты позиционирования.
36. Массовая кастомизация.
37. Комплекс маркетинга.
38. Концепция 4Р.
39. Концепция 7Р.
40. Разработка комплекса маркетинга.
41. Товарная политика организации.
42. Конкурентоспособность товара.
43. Классификация товаров в маркетинге.
44. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера.
45. Мультиатрибутивная модель товара Ж.-Ж. Ламбена.
46. Принятие решений о выпуске новых товаров.
47. Классификация новизны товара.
48. Этапы разработки нового товара, их содержание и особенности.
49. Понятие широты и глубины ассортимента.
50. Управление товарным ассортиментом.
51. Жизненный цикл товара (ЖЦТ), этапы ЖЦТ.
52. Бренд-менеджмент.
53. Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд».
54. Функции бренда на потребительском и деловом рынке.
55. Понятия «идентичность бренда», «имидж бренда», «марочный капитал».
56. Основные концепции бренд-менеджмента.
57. Процесс создания бренда.

58. Локальные, международные и глобальные бренды.
59. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
60. Методы и стратегии ценообразования.
61. Принятие решений о ценообразовании.
62. Типология ценовых стратегий.
63. Затратное ценообразование.
64. Ценообразование, ориентированное на спрос.
65. Ценностный подход.
66. Восприятие цены покупателем.
67. Ценовые стратегии предприятия при выходе на новый рынок, при выводе нового товара.
68. Этапы и процедуры разработки ценовой стратегии.
69. Факторы, влияющие на формирование ценовой стратегии.
70. Организация сбытовой деятельности.
71. Функции сбыта.
72. Потоки распределения.
73. Типы посредников.
74. Конфигурации каналов распределения.
75. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы распределения продукции.
76. Функции участников канала распределения.
77. Стратегии охвата рынка.
78. Интенсивный, селективный, эксклюзивный сбыт.
79. Факторы, влияющие на выбор структуры каналов распределения.
80. Преимущества и недостатки стратегий протягивания и проталкивания.
81. Анализ сбытовых издержек. Маркетинговые коммуникации.
82. Личные и неличные коммуникации.
83. Основные составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций.
84. Понятия ATL и BTL–коммуникаций.
85. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
86. Понятие PR (связей с общественностью).
87. Основные задачи и методы работы по связям с общественностью.
88. Понятие стимулирования сбыта.
89. Методы стимулирования сбыта, их классификация.
90. Прямой маркетинг.

91. Личные продажи.
92. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.
93. Определение целевой аудитории коммуникационной кампании.
94. Постановка целей, планирование, реализация и оценка эффективности коммуникационной кампании.
95. Роль Интернета как канала маркетинговых коммуникаций.
96. Организация маркетингового планирования.
97. Взаимосвязь с другими видами планов фирмы.
98. Контроль реализации и корректировка маркетингового плана.
99. Организация маркетинговой деятельности в компании.
100. Традиционная организация маркетингового подразделения.
101. Виды организационных структур маркетинговых служб: функциональная, товарная, рыночная, географическая.
102. Факторы, влияющие на выбор организационных структур.
103. Современные тенденции в организации маркетинговой деятельности в компании.
104. Использование информационных технологий в маркетинге.
105. Интерактивный маркетинг и мобильная реклама.
106. Конкуренция и конкурентные преимущества.
107. Стратегический и операционный план маркетинга: структура и содержание.
108. Коммуникационные стратегии в каналах сбыта.
109. Ценообразование, ориентированное на конкуренцию.
110. Ценообразование в маркетинге.
111. Кастомизация товаров и услуг.
112. Стратегии позиционирования.
113. Методы сбора первичной маркетинговой информации.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Методы исследований в менеджменте : учебное пособие / А.В. Семенков, Н.Б. Завьялова, А.Н. Головина, Д.В. Завьялов, О.В. Сагинова, И.И. Скоробогатых, Л.П. Дьяконова, Ю.Л. Сагинов, М.С. Мельников, И.А. Строганов. — Москва : КноРус, 2018. — 291 с.
2. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 468 с.
3. Корпоративные финансы : учебник / М.А. Эскиндаров под ред., М.А. Федотова под ред. и др. — Москва : КноРус, 2016. — 480 с.
4. Менеджмент : учебник / М.Б. Жернакова, В.Г. Антонов, Э.М. Коротков, Е.Ю. Кузьмина, И.А. Румянцева, А.В. Савченко, С.М. Сычева. — Москва : КноРус, 2017. — 312 с.
5. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В.И. Беляев. — Москва : КноРус, 2018. — 680 с.
6. Мультисенсорные маркетинговые коммуникации. Инфо- и идентдизайн : монография / В.М. Киселев, и др. — Москва : Русайнс, 2017. — 235 с.
7. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 224 с.
8. Ким, С.А. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с.
9. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 184 с.
10. Медведев, А.Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2014. — 496 с.
11. Гусева, Е.Н. Экономико-математическое моделирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 216 с.
12. Губарев, А.В. Информационное обеспечение системы менеджмента качества [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2013. — 132 с.
13. Административное право : учебник / М.Б. Смоленский, Э.В. Дригола. — Москва : КноРус, 2017. — 320 с.
14. Игнатюк, Н.А. Основы публичного экономического права России: учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Юстицинформ, 2014. — 670 с.
15. Орехов, С.А. Корпоративный менеджмент: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Орехов, В.А. Селезнев, Н.В. Тихомирова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 440 с.
16. Барлаков, С.А. Модели и методы в управлении и экономике с применением информационных технологий, учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Барлаков, С.И. Моисеев, В.Л. Порядина. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЦ Интермедия, 2016. — 264 с.
17. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 184 с.

Дополнительная литература:

1. Методы принятия управленческих решений : учебник / Т.В. Золотова. — Москва : КноРус, 2017. — 344 с.
2. Кужева, С.Н. Методы исследования в менеджменте [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2014. — 188 с.
3. Балыбердин, В.А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.А. Балыбердин, А.М. Белевцев, Г.П. Бендерский. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 240 с.
4. Финансы организаций (Корпоративные финансы). Учебное пособие : учебное пособие / Е.Ф. Сысоева, А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. — Москва : КноРус, 2018. — 352 с.
5. Медунецкий, В.Н. Методология научных исследований [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / В.Н. Медунецкий, К.В. Силаева. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2016. — 55 с.
6. Балыбердин, В.А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.А. Балыбердин, А.М. Белевцев, Г.П. Бендерский. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 240 с.
7. Нуралиев, С.У. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 362 с.
8. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В.И. Беляев. — Москва : КноРус, 2018. — 680 с.
9. Лужнова, Н.В. Стратегический маркетинг: учебник [Электронный ресурс] : учеб. / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева, М.С. Мантрова. — Электрон. дан. — Оренбург : ОГУ, 2015. — 246 с.
10. Нуралиев, С.У. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 362 с.
11. Кайдашова, А.К. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 135 с.
12. Международный менеджмент : учебное пособие / М.В. Данилина, К.Ю. Багратуни. — Москва : Русайнс, 2018. — 144 с.
13. Математика для экономистов и менеджеров. Практикум : учебное пособие / Н.Ш. Кремер под общ. ред., Б.А. Путко, И.М. Тришин, М.Н. Фридман. — Москва : КноРус, 2015. — 479 с.
14. Финансово-правовая традиция России (Законность и правопорядок) : монография / Д.А. Пашенцев. — Москва : КноРус, 2017. — 184 с.