

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор ВШЭУ:

А.В. Карпушкина

2024г.



ПРОГРАММА

вступительного испытания в магистратуру

по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа: «Стратегическое и корпоративное управление в
условиях цифровой экономики»

Челябинск 2024 г.

**Программа вступительных испытаний в магистратуру
по направлению 38.04.02 – Менеджмент
Программа «Стратегическое и корпоративное управление в
условиях цифровой экономики»**

Квалификация: Магистр менеджмента.

Форма обучения: заочная.

Срок обучения – 2,5 года.

Целью вступительного испытания является оценка способности абитуриента к освоению образовательной магистерской программы, его знаний, умений и навыков в области менеджмента, кругозор и логику.

Вступительное испытание для поступления на контрактной основе проводится в виде собеседования по Темам и вопросам, приведенным в таблице 2.

Вступительные испытания для бюджетного отбора включают два этапа: основной – тестирование, и дополнительный – по результатам личных достижений (портфолио).

Форма проведения основного этапа вступительного испытания.

Очное тестирование или онлайн тест (в системе дистанционного тестирования Электронный ЮУрГУ). Количество вопросов – 40, максимальное количество баллов – 80.

Оценка личных достижений абитуриента проводится на основании заблаговременно предоставленных документальных подтверждений, свидетельствующих о накопленном абитуриентом опыте в разных областях, различного рода победах, дополнительных сертификатах и т.п.

В качестве таких достижений принимаются:

- 1) внеучебная деятельность,
 - 2) рекомендательные письма от работодателей, от руководителей ВКР и т.п.
 - 3) дополнительные сертификаты,
 - 4) благодарственные письма и грамоты,
 - 5) волонтерство,
 - 6) свидетельство о знании иностранного языка,
 - 6) свидетельства о спортивных достижениях,
 - 7) доказательства опыта работы в каком-то виде деятельности,
- и т.п.

Максимальное количество баллов за дополнительный этап – 20. Итого максимально в результате вступительных испытаний абитуриент может получить **100 баллов**.

Описание вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.02 – Менеджмент, программа «Стратегическое и корпоративное управление в условиях цифровой экономики», дисциплины и темы, включенные во вступительные испытания и рекомендации по подготовке представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1

Описание процедуры вступительных испытаний

Параметры процедуры	Описание
1.Ход проведения испытаний	Тестирование очное или в системе Электронный ЮУрГУ (при дистанционной форме проведения)
2.Характеристики тестирования	Дисциплины, по которым проводится тестирование, и тематика этих дисциплин представлены в таблице 2
	экзамен включает 40 тестовых вопросов
	все вопросы закрытого типа , т.е. все они имеют варианты ответов
	в каждом вопросе только один вариант верного ответа
3. Характеристика по предоставленному портфолио	На основании предоставленных документов и абитуриенту начисляются дополнительные баллы, максимум – 20 баллов
4. Подведение итогов	По итогам вступительных испытаний выстраивается рейтинг абитуриентов.
	Право учиться на бюджетной основе на очном отделении получают абитуриенты, занявшие верхние позиции рейтинга

Таблица 2

Дисциплины тестирования, темы, по которым составлены вопросы и рекомендуемая для подготовки литература

Дисциплины и темы дисциплин	Литература
I. Стратегии развития компании	
1. Матрицы и методы стратегического анализа (матрица И. Ансоффа, матрицы BCG и GE/McKinsey, SWOT—анализ)	1. Виханский, О. С. Менеджмент Текст учебник для вузов по направлению "Экономика" и специальностям "Бухгалт. учет, анализ и аудит" и др. О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 5-е изд., стер. - М.: Магистр : Инфра-М, 2011. – 573.
2. Этапы разработки маркетинговых стратегий. Внутренняя среда организации, внешняя среда организации. План стратегического развития.	
3. Виды конкуренции. Конкурентоспособность и стратегии	

конкурентоспособности, конкурентоспособность товара. Модель М. Портера.	2 Попов, С.А. Стратегический менеджмент: актуальный курс. Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.А. Попов. – М.: Изд-во Юрайт, 2018.– 463 с. 3 Основы экономики и финансов. Минимум знаний необходимых для сдачи вступительного экзамена в магистратуру по направлению 080100.68 – «Экономика»: учебное пособие для самостоятельной работы / Е.Д. Вайсман, И.А. Соловьева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 87 с.	
4. Стратегия интеграции и ее разновидности. Стратегия интеграции вперед/вверх, стратегия интеграции назад/вниз		
5. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия		
6. Общая стратегия предприятия и функциональные стратегии		
7. Ключевые финансовые показатели для выбора стратегии развития (маржинальная прибыль, переменные и постоянные затраты, точка безубыточности)		
8. Понятие организационных изменений, понятие структуры организации		
9. Определение термина «управление», понятие миссии, понятие структуры управления		
10. Понятие цифровой платформы		
II. Управление персоналом		
1. Лидерство в теории менеджмента		Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 492 с.
2. Понятие мотивации		
III. Маркетинг		
1. Концепции маркетинга и их эволюция. Стратегический и оперативный маркетинг.	МАРКЕТИНГ. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт. – 2019 – 370 с.	
2. Понятие позиционирования		
3.		
4. Элементы маркетинговой информационной системы, основные этапы маркетингового исследования		
5. Концепции маркетинга		
6. Сегментация, ее переменные и характеристики сегмента (емкость и основные подходы к ее определению, доступность, доходность, защищенность)		
7. Комплекс маркетинга, понятие «4Р»		
8 Жизненный цикл товара. Понятие ассортимента, его характеристики (длина, ширина)		
7. B2B и B2C маркетинг		
8. Ценообразование		
9. Каналы продаж. Посредники в процессе продаж		
10. Основные методы коммуникаций, в том числе digital инструменты		

Зав. кафедрой экономики и финансов

Директор ВШЭУ



И.А. Соловьева

А.В. Карпушкина