

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

---

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель приемной подкомиссии  
Института Управления

 М.В. Хайруллина

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

комплексный экзамен по направлению подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа

**«Индустрия моды и глобальные тренды»**

Форма обучения - очная

Москва – 2025 г.

## **1. Общие положения**

Целью вступительных испытаний на программу магистратуры «Индустрия моды и глобальные тренды», проводимых Факультетом международных отношений и бизнеса, является определение степени готовности кандидатов к освоению программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и отбор лучших претендентов для обучения.

В ходе вступительных испытаний оцениваются общее понимание теоретических основ управления, а также понимание актуальных тенденций и лучших управленческих практик в глобальной индустрии моды. Обязательным требованием для прохождения конкурсного отбора на программу магистратуры «Индустрия моды и глобальные тренды» является наличие высшего образования.

Вступительное испытание представляет собой письменный экзамен, состоящий из 25 тестовых вопросов по тематике управления и одного открытого вопроса по специальности (глобальная индустрия моды).

Продолжительность ВИ составляет 3 астрономических часа.

## **2. Порядок проведения вступительных испытаний**

Поступающий получает экзаменационный билет, в котором указаны тестовые вопросы и открытый вопрос по специальности.

Ответ на тестовые вопросы предполагает выбор одного или нескольких подходящих вариантов ответа из предложенных.

Ответ на открытый вопрос по менеджменту дается в свободной форме (минимум 350 слов) и должен содержать развернутый ответ на поставленный вопрос с использованием практических примеров. В ходе ответа на вопрос поступающий должен продемонстрировать владение профессиональными знаниями.

Допускается проведение вступительных испытаний с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

## **3. Обязательный минимум знаний для выполнения ВИ**

### **3.1. Основы менеджмента.**

Общие понятия о менеджменте и организации. История управленческой мысли. Функции менеджмента. Организация как открытая система. Методы принятия управленческих решений.

Стратегия, миссия и цели организации. Основы стратегического планирования.  
Организационная культура. Коммуникации в управлении.

### 3.2. Индустрия моды

Особенности управления fashion-бизнесом на локальном и международном рынках.

## 4. Критерии оценивания

Вступительное испытание оценивается по 100-балльной шкале:

- Первая часть (тестовые вопросы) – 60 баллов;
- Вторая часть (открытый вопрос) – 40 баллов.

Испытание может считаться успешно пройденным, если кандидат набрал 50 баллов и выше .

При выставлении итоговых баллов за вторую часть письменного вступительного испытания учитываются следующие критерии:

- владение профессиональной терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы;
- четкое и ясное формулирование мыслей;
- понимание основных проблем профессиональной сферы;
- знание профессиональной литературы;
- способность к критическому мышлению;
- креативность и оригинальность ответов.

## 5. Примеры заданий

### 5.1 Тестовые вопросы

1. Что следует включить в основу организационной культуры на предприятии при её формировании?

- стиль лидерства и поведение руководителя
- миссия и цели организации
- система адаптации и ориентации сотрудников
- система мотивации и стимулирования сотрудников

2. Какие функции выполняют инновации?

- Стимулирующие
- Воспроизводственные
- Сберегательные
- Инвестиционные

3. Какой раздел бизнес-плана представляет особый интерес для кредитора?

- организационный план
- финансовый план
- анализ рынка
- коммерческий план

4. Стратегическое планирование определяет:

- направление развития компании
- уровень корпоративной культуры
- детальную картину будущего компании
- возникновение факторов внешней среды

5. Создание ресторана в крупном универсаме — это стратегия:

- развития продукта
- вертикальной интеграции
- горизонтальной диверсификации
- концентрированного роста

6. Бизнес план:

- определяет культуру организации
- детализирует отдельные задания стратегического плана
- является основой для стратегического плана
- влияет на миссию организации

7. Какая стратегия предполагает дифференциацию продукта или услуги организации от тех, которые предлагают в данной отрасли конкуренты?

- лидерство по затратам
- сегментация
- индивидуализация
- фокусирование

8. В чем заключается стиль командного руководства?

- CEO планирует встречи с менеджерами для обсуждения идей
- CEO формулирует стратегические задачи и делегирует их менеджерам
- CEO формулирует стратегические задачи и планирует изменения в организации
- CEO и высшие менеджеры влияют на организационную структуру, чтобы выровнять ее с их видением

9. Процесс формирования стратегии начинается с:

- формирования ключевых задач и целей управленческого процесса
- построения дерева целей
- определения миссии организации
- выяснения стратегических целей развития организации

10. Что понимается под «синергией» (синергетизмом)?

- сюжетная схема перспективного развития фирмы, т.е. заранее подготовленный план осуществления прогноза развития организации
- преимущество, возникающее при сосредоточении двух или более бизнесов (видов деятельности) в рамках одной организации
- теоретическое построение моделей стратегического развития фирмы, имеющих некоторое отношение к реальности, которые можно независимо обсуждать и анализировать
- процесс получения ранее неизвестных данных или наблюдение ранее неизвестного явления как в обществе, так и в природе.

## 6. Открытые вопросы

1. Особенности корпоративной культуры fashion-компании в условиях глобальных вызовов современности на примере конкретной организации.
2. Методы популяризации российских брендов на международных рынках.
3. Особенности развития российской индустрии моды на примере конкретной организации.
4. Применение инновационных технологий управления в индустрии моды на примере конкретной организации.
5. Особенности управления имиджем fashion-бренда на примере конкретной организации.

## 7. Рекомендуемая литература

1. Бусов, В. И. Управленческие решения : учебник для академического бакалавриата / В. И. Бусов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 254 с.
2. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 320
3. Рубчинский, А. А. Методы и модели принятия управленческих решений : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Рубчинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 526 с.
4. Виханский, О. С., Наумов, А. И. Менеджмент: Учебник. — 7-е изд. — М.: Гардарики, 2018. — 528с.
5. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020.
6. Бойд Д., Творчество в рамках / Бойд Д., Голденберг Д. - Издательство: Попурри, 2014 г.
7. Браун Т., Дизайн-мышление. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Браун Т. - Манн, Иванов и Фербер, 2019 г.
8. Ермилова, Д. Ю. Теория моды : учебное пособие для вузов / Д. Ю. Ермилова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 176 с.
9. Ермилова, Д. Ю. История домов моды : учебное пособие для вузов / Д. Ю. Ермилова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с.

