

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

**«Стратегические инновации и предпринимательство»**

Форма обучения - очная

Москва – 2025 г.

## **1. Общие положения**

Целью вступительных испытаний на программу магистратуры «Стратегические инновации и предпринимательство», 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 уровень предпринимательской грамотности поступающих. Обязательным требованием для прохождения конкурсного отбора на программу магистратуры «Стратегические инновации и предпринимательство» является наличие высшего образования.

Вступительное испытание представляет собой письменный экзамен, состоящий из 25 тестовых вопросов и одного открытого вопроса по специальности (менеджмент, предпринимательство).

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. Предпринимательство

Принципы построения компании. Профиль предпринимателя. Управление финансами. Основы управления продуктовой стратегией. Основы управления персоналом.

## 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. На достижение каких целей направлен инновационный менеджмент?

- разработка нововведений
- разработка производственного процесса
- достижение конкретных инновационных целей, оптимальных результатов за счет рационального использования научных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов
- получение нововведений, их массовое производство и сбыт

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.

### 5.1 Открытые вопросы

1. Влияние различных типов инноваций на эффективность малого и среднего бизнеса в Российской Федерации (на примере конкретной индустрии).
2. Особенности управления и развития инновационного бренда на локальных и международных рынках.
3. Современные тенденции развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.
4. Бизнес-планирование как элемент реализации стратегии компании.
5. Культура российского предпринимательства: источники формирования и этапы развития.

### 1. 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. Кристенсен К., Дилемма инноватора: Как из-за новых технологий погибают сильные компании / Кристенсен К. – Москва, Издательство: Альпина Паблишер», 2016
7. Бойд Д., Творчество в рамках / Бойд Д., Голденберг Д. - Издательство: Попурри, 2014 г.
8. Браун Т., Дизайн-мышление. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Браун Т. - Манн, Иванов и Фербер, 2019 г.

