

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

**ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
Факультет маркетинга**



**УТВЕРЖДАЮ
Проректор РАНХиГС**

В.А. Колодкин

2025 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ,
проводимых Академией самостоятельно
в соответствии с Правилами приёма**

направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа «Стратегический маркетинг», программа «Управление цепями поставок в цифровой экономике» (очная форма обучения), «Стратегический маркетинг» (очно-заочная форма обучения)

(год приема – 2025)

Руководитель
Приемной подкомиссии ИУ

/Хайруллина М.В./

г. Москва

**Структура, содержание и оценка письменной
экзаменационной работы по менеджменту
для поступления в магистратуру на направление 38.04.02 Менеджмент**

Экзаменационная работа для поступающих в магистратуру на направление 38.04.02 Менеджмент (образовательные программы «Стратегический маркетинг», «Управление цепями поставок в цифровой экономике») охватывает содержание курса менеджмента и экономической теории от основных понятий до сложных теорий менеджмента и экономики и содержит 60 тестовых заданий.

На выполнение экзаменационной работы отводится 2 часа (120 минут).

Экзаменационная работа состоит из 60 тестовых вопросов с выбором ответа (один правильный ответ из нескольких предложенных). Количество баллов за правильный ответ определяется степенью сложности вопроса. В экзаменационную работу включены вопросы базового, повышенного и высокого уровня сложности. Они располагаются по принципу нарастания - от простых к более сложным. Каждый правильный ответ на первые 30 вопросов приравнивается 1 баллу, на вторые 20 вопросов – 2 баллам, на последние 10 вопросов – 3 баллам. Неверный ответ или его отсутствие, а также выбор более одного варианта ответа – 0 баллов. Максимальное количество баллов, которые может набрать абитуриент, равняется 100 баллам. Минимальное количество баллов, которое необходимо набрать для поступления на места по договорам об образовании, заключаемым при приеме за счет средств физических и (или) юридических лиц, - 40 баллов. Образец вступительного тестирования – Приложение №1.

Руководитель Приемной подкомиссии ИУ

 /М.В. Хайруллина/

Темы для проведения единого комплексного вступительного экзамена

Менеджмент:

1. Менеджмент: вид деятельности и система управления.
2. Методологические основы менеджмента.
3. Социальные факторы и этика в менеджменте.
4. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента.
5. Регулирование и контроль в менеджменте.
6. Внутренняя и внешняя среда организации.
7. Факторы и тенденции эффективности менеджмента.
8. Теории содержания мотивации.
9. Сущность стратегического управления.
10. Анализ внешней и внутренней среды.
11. Миссия и цели организации.
12. Типы стратегий бизнеса.
13. Построение организационных структур управления.
14. Организационные процессы.
15. Концепция организационной культуры.
16. Факторы организационного поведения.
17. Принятие управленческих решений
18. Психологический климат в коллективе.

Экономическая теория:

1. Предмет и метод экономической теории. Базовые экономические понятия и модели.
2. Основы анализа спроса и предложения. Факторы спроса и предложения. Показатели эластичности.
3. Механизм рыночного ценообразования. Вмешательство государства в рыночное ценообразование.
4. Основы теории поведения потребителя. Полезность и ее измерение. Модель бюджетного ограничения.
5. Основы теории производства. Постоянные и переменные факторы производства. Издержки производства.
6. Фирма как рыночный агент. Социально-экономические цели фирмы. Прибыль бухгалтерская и экономическая. Модели максимизации прибыли. Выбор оптимального выпуска.
7. Понятие рыночной структуры. Многообразие рыночных моделей. Концентрация рынка и ее оценка.
8. Совершенная конкуренция и конкурентный рынок.
9. Понятие и виды монополии. Измерение монопольной власти. Социально-экономические последствия монополии.
10. Монополистическая конкуренция. Ценовая дискриминация. Олигополия. Ценовые войны и картелирование.
11. Основные понятия и модели макроэкономики.
12. Основные макроэкономические показатели в макроэкономике.
13. Валовой национальный продукт и способы его измерения
14. Макроэкономическая нестабильность. Экономический рост. Экономические циклы.

15. Рынок труда. Занятость и безработица.
16. Инфляция – понятие, причины, механизмы, последствия.
17. Основная макроэкономическая модель AD-AS. Общее макроэкономическое равновесие. Совокупный спрос и совокупное предложение.

Рекомендуемая литература

Основная

Менеджмент:

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18459-4.
2. Менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 595 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18246-0.
3. Менеджмент : учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.] ; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17696-4.
4. Менеджмент : учебник для вузов / Н. И. Астахова [и др.] ; ответственные редакторы Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16387-2.
5. 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, 2024. — 589 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09158-8.
6. 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, 2024. — 589 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09158-8.
7. Мескон М., Хедоури Ф., Альберт М. Основы менеджмента. Классическое издание. – М.: Вильямс, 2020 г.

Экономическая теория:

1. Гребенников, П. И. Макроэкономика в 2 т. Том 1: учебник и практикум для вузов / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич, А. И. Леусский. — 11-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020 г. URL: <https://urait.ru/bcode/452431>
2. Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров: микро- и макроуровень. Учебное пособие. Издательство: Дело, 2019 г.
3. Иохин, В. Я. Экономическая теория : учебник для академического бакалавриата / В. Я. Иохин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 459 с. — (Бакалавр и специалист). — ISBN 978-5-534-18002-2.
4. Маховикова, Г. А. Экономическая теория : учебник и практикум для вузов / Г. А. Маховикова, Г. М. Гукасян, В. В. Амосова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-5583-5.
5. Экономическая теория : учебник для вузов / В. Ф. Максимова [и др.] ; под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 542 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16624-8.
6. Экономическая теория : учебник для вузов / Е. Н. Лобачева [и др.] ; под редакцией Е. Н. Лобачевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99952-5.

Дополнительная

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. 5- европейское издание. М.: Вильямс, 2017 г.
2. Кульков, В. М. Макроэкономика: учебник и практикум для вузов / В. М. Кульков, И. М. Теняков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020 г.
3. Макконнелл К., Брю С., Флинн Ш. Экономикс. Принципы, проблемы и политика. Учебник. — М., ИнфраМ, 2019 г.
4. Макроэкономика: Учебник для вузов/ С.Ф. Серегина и др., под ред. С.Ф. Серegiной
Издательство: Юрайт, 2020 г.
5. Микроэкономика. Теория и российская практика. Учебник для бакалавров. – под ред.
А.М.Грязновой, А.Ю. Юданова – М. Изд.Кнорус, 2020 г.

ОБРАЗЕЦ ТЕСТИРОВАНИЯ
направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Институт управления
Факультет маркетинга

Вопросы на 1 балл:

1. Метод изучения объекта путем создания и исследования его копии, замещающей оригинал с определенных сторон, интересующих познание, - это...

- а) моделирование
- б) аналогия
- в) анализ
- г) абстрагирование

7. Если руководитель требует, чтобы обо всех делах докладывали только ему, единолично принимает решения, подавляет инициативу работников, то, в соответствии с поведенческой теорией К. Левина, он использует _____ стиль управления.

- а) авторитарный
- б) демократический
- в) либеральный
- г) психологический

13. Не является сторонником трудовой теории стоимости:

- а) А. Смит
- б) Д. Рикардо
- в) К. Маркс
- г) Е. Бем-Баверк

15. Какие функции менеджмента отражают процесс разделения управленческого труда?

- а) общие
- б) специфические
- в) связующие
- г) социально-психологические

16. Основным средством удовлетворения потребностей является:

- а) доход в различных формах от участия в экономическом процессе
- б) процесс создания блага, удовлетворяющего потребности
- в) процесс распределения дохода от участия в экономической деятельности
- г) процесс обмена части дохода на необходимые блага

22. Альтернативные издержки получения образования не включают в себя:

- а) заработную плату, которую Вы бы получили, не обучаясь
- б) деньги, потраченные на учебники

- в) деньги, потраченные на питание
- г) деньги, заплаченные за обучение

25. Из всех приведенных ниже понятий необходимо выбрать одно – единственно правильное для данного случая. Итак, спрос это:

- а) количество товара для человека
- б) количество товара, которое люди желают приобрести по той или иной цене
- в) заменители блага, т.е. товары, использующиеся вместо него
- г) платежеспособная потребность

30. Если цена товара ниже точки равновесия, то возникает:

- а) избыток
- б) дефицит
- в) рост безработицы
- г) все варианты не верны

Вопросы на 2 балла:

34. Из перечисленных руководителей: 1) президент; 2) начальник отдела; 3) вице-президент; 4) бригадир; 5) управляющий отделением; 6) мастер – к среднему уровню управления относятся:

- а) 4, 6
- б) 1, 3
- в) 2, 5
- г) 3, 6
- д) 1,5

38. Первым этапом стратегического планирования является:

- а) SWOT-анализ
- б) попарный анализ
- в) выборочный анализ
- г) целевой анализ
- д) линейный анализ

40. Какова важнейшая функция управления?

- а) получение максимальное прибыли
- б) создание условий для дальнейшего успешного функционирования предприятия
- в) минимизация налоговых платежей
- г) завоевание новых рынков сбыта
- д) верно а) и б)
- е) верно в) и г)

41. Что является признаком только рынка совершенной конкуренции:

- а) предприятие выбирает объем выпуска так, чтобы получить максимальную прибыль
- б) предприятия продают продукты субституты

- в) предприятие не обладает рыночной властью
- г) на рынке действует несколько предприятий, выпускающих этот товар

43. Общие издержки - это:

- а) издержки, величина которых не зависит от объема выпускаемой продукции
- б) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
- в) вся сумма издержек, связанная с производством данного объема продукции
- г) бухгалтерские издержки
- д) $TFC + TVC$.

46. Номинальная ставка процента равна 12 %, а темп инфляции 4 % в год. Реальная ставка процента при этих условиях будет равна:

- а) 16 %
- б) 8 %
- в) 10 %
- г) 4 %

Вопросы на 3 балла:

40. Какова важнейшая функция управления?

- а) Получение максимальное прибыли
- б) Создание условий для дальнейшего успешного функционирования предприятия
- в) Минимизация налоговых платежей
- г) Завоевывание новых рынков сбыта
- д) Верно а) и б)
- е) Верно в) и г)

56. Если величина потребительских расходов равна 8 000 ден. ед., а располагаемый доход составляет 10 000 ден. ед., то предельная склонность к потреблению (MPC) равна:

- а) 0,2;
- б) 0,8;
- в) 8,0;
- г) 1,25;
- д) имеющиеся данные не позволяют определить величину MPC.

59. ВВП=5000 млрд. руб. Потребительские расходы=3200 млрд. руб. Государственные расходы=900 млрд. руб. Объем ЧВП составит:

- а) 820 млрд. руб.
- б) 1800 млрд. руб.
- в) 900 млрд. руб.
- г) Определить на основе данной информации невозможно