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.

1. дополнительные сертификаты,
2. благодарственные письма и грамоты,
3. волонтерство,
4. свидетельство о знании иностранного языка,
5. свидетельства о спортивных достижениях,
6. 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 дистанционнойформе проведения) |
| 2.Характеристики тестирования | Дисциплины, по которым проводится тестирование, и тематика этих дисциплинпредставлены **в таблице 2** |
| экзамен включает **40** тестовых вопросов |
| все вопросы **закрытого типа**, т.е. все ониимеют варианты ответов |
| в каждом вопросе только **один вариант****верного** ответа |
| 3. Характеристика по предоставленномупортфолио | На основании предоставленных документов и абитуриенту начисляются дополнительные баллы, максимум – 20 баллов |
| 4. Подведение итогов | По итогам вступительных испытанийвыстраивается рейтинг абитуриентов. |
| Право учиться на бюджетной основе на очном отделении получают абитуриенты, занявшиеверхние 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 иGE/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. | 1. Попов, С.А. Стратегический менеджмент: актуальный курс. Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.А. Попов. – М.: [Изд-во Юрайт,](https://www.biblio-online.ru/adv-search/get?scientific_school=4EB8FAE6-E632-49E4-957C-54AD219EC609) 2018.– 463 с.
2. 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 интеграциивперед/вверх, стратегия интеграции назад/вниз |
| 5. Оценка инвестиционнойпривлекательности предприятия |
| 6. Общая стратегия предприятия ифункциональные 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 этапымаркетингового исследования |
| 5. Концепции маркетинга |
| 6. Сегментация, ее переменные и характеристики сегмента (емкость и основныеподходы к ее определению, доступность, доходность, защищенность) |
| 7. Комплекс маркетинга, понятие «4P» |
| 8 Жизненный цикл товара. Понятие ассортимента, его характеристики (длина,широта) |
| 7. B2B и B2C маркетинг |
| 8. Ценообразование |
| 9. Каналы продаж. Посредники в процессепродаж |
| 10. Основные методы коммуникаций, в томчисле digital инструменты |