

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет»**

УТВЕРЖДАЮ

и.о. ректора

председатель приемной комиссии

ПНИПУ

 А.Б. Петроченков

« июня 2024 г.



**ПРОГРАММА**

**вступительного испытания (междисциплинарного экзамена)  
для поступающих в магистратуру  
по направлению 38.04.02 — Менеджмент,  
на магистерскую программу  
«Стратегический менеджмент и управление инновациями»**

Обеспечивающая кафедра

Менеджмент и маркетинг

Пермь 2024

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам базовой части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», вошедших в содержание билетов (тестовых заданий) вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент», с направленностью (профилю) образовательной программы «Стратегический менеджмент и управление инновациями».

Составители:

канд. техн. наук, доцент



М.В. Кудина

канд. соц. наук, доцент

О.Ю. Андреева

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию методическим семинаром кафедры Менеджмента и маркетинга  
Протокол № 18 от 29 мая 2024 г.

Руководитель программы магистратуры  
по профилю образовательной программы  
«Стратегический менеджмент и  
управление инновациями»  
канд. техн. наук, доцент



М.В. Кудина

И.о. зав. кафедрой ММ  
канд. соц. наук, доцент



О.Ю. Андреева

## **Введение**

Программа предназначена для подготовки к сдаче вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направлению (профилю) образовательной программы «Стратегический менеджмент и управление инновациями».

Программа содержит перечень вопросов для подготовки к сдаче вступительного экзамена, пример экзаменационного тестирования и список рекомендуемой литературы.

К сдаче вступительных испытаний допускаются лица в соответствии с правилами приема, установленными в ИННГУ на следующий учебный год.

При сдаче экзамена студент выполняет экзаменационное тестирование согласно содержанию настоящей программы. Экзаменационный тест содержит двадцать теоретических вопросов с закрытыми вариантами ответов из списка вопросов, включая вопросы по менеджменту, маркетингу, управлению человеческими ресурсами.

Абитуриенты, сдающие вступительный экзамен, должны продемонстрировать глубокие теоретические знания в области направления подготовки бакалавра 38.03.02 «Менеджмент». По итогам сдачи экзамена студенту выставляется оценка в виде количества набранных баллов, исходя из того, что каждый вопрос оценивается в 5 баллов (максимум 100 баллов).

Дополнительные баллы за индивидуальные достижения начисляются в соответствии с положением о вступительных испытаниях и конкурсном отборе в магистратуру ПНИПУ, но не более чем 25 баллов в сумме за все достижения. Указанные баллы начисляются поступающему, представившему документ, подтверждающие его индивидуальные достижения.

# **1. ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧЕННЫЕ В ПРОГРАММУ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ**

1. Менеджмент
2. Маркетинг
3. Управление человеческими ресурсами

## **2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН**

### **1. «Менеджмент»**

Вопросы:

Эволюция взглядов на управление предприятием. Теория человеческих отношений. Системный подход к управлению предприятием. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационные структуры управления предприятием. Технология принятия управленческих решений. Лидерство, власть, влияние. Организационная культура предприятия. Органическая и механическая модели управления организацией. Система сбалансированных показателей. Управление качеством. Управление по целям и результатам. Стратегическое управление. Антикризисное управление.

#### **Литература для подготовки:**

Виханский О. С. Менеджмент: учебник для вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 5-е изд. Стер. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. — 574 с.

Молодчик А. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие.- Пермь: Изд-во ИНВНУ, 2014. — 204 с.

### **2. «Маркетинг»**

Вопросы:

Принципы и функции маркетинга. Сегментирование рынка. Позиционирование компании. Методы анализа конкурентной среды. Методы маркетинговых исследований. Комплекс маркетинга. Виды маркетинговых стратегий. Анализ и прогнозирование рынков. Анализ ценностей и поведения потребителей. Инструменты продвижения товаров и услуг. Маркетинговые коммуникации. Бенчмаркинг. Международный маркетинг. Ценообразование.

#### **Литература для подготовки:**

Маркетинг. Учебник (для бакалавров) / под ред. И. В. Липсица. — М.: ГЭОТАР — Медиа, 2012. — 576 с.

Данько Т. П. Управление маркетингом: Учебник. — М.: ИНФРА- М, 2012. — 363 с.

### 3. «Управление человеческими ресурсами»

Вопросы:

Концепция управления человеческими ресурсам. Человеческие ресурсы организации: структура и анализ. Системный подход к управлению человеческими ресурсами. Политики и стратегии управления человеческими ресурсами. Развитие человеческих ресурсов: обучение персонала и управление преемственностью в организации. Мотивация персонала: политика, направления и инструменты. Эффективность управления человеческими ресурсами.

#### Литература для подготовки:

Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / Пер. с англ. 10-е изд. — СПб.: ПИТЕР, 2012.

Эсаулова И. А. Управление человеческими ресурсами. Учеб. Пособие. — Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2014.

### 3. ПРИМЕР ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ТЕСТИРОВАНИЯ

ПЕРМСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ ИСПЫТАНИЯ  
(междисциплинарный экзамен)  
по направлению подготовки  
38.04.02 – «Менеджмент»  
направленность (профиль) образовательной  
программы «Стратегический менеджмент  
и управление инновациями»

УТВЕРЖДАЮ:

и.о. зав.кафедрой ММ

О.Ю. Андреева

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

<p>Основными управленческими функциями являются следующие функции: 1 – планирование; 2 – мотивация; 3 – контроль; 4 – координация; 5 – организация. Определите правильную последовательность осуществления перечисленных функций.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 1-2-3-4-5</li><li>• 1-4-3-2-5</li><li>• 1-5-2-4-3</li><li>• 1-3-2-5-4</li><li>• 1-5-4-2-3</li></ul>	<p>Какая из стратегий развития предполагает отказ от долгосрочных перспектив в пользу максимального получения дохода в краткосрочной перспективе:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• стратегия сокращения расходов</li><li>• стратегия диверсификации</li><li>• стратегия вертикальной интеграции</li><li>• стратегия «сбора урожая»</li></ul>
<p>_____ – это обеспечение согласованности направления усилий сотрудников к достижению целей.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Планирование</li><li>• Координация</li></ul>	<p>Миссия компании должна содержать определенные элементы. Укажите тот элемент, который не имеет отношение к ее формулировке.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Запоминаемость</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация</li> <li>• Мотивация</li> <li>• Контроль</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реалистичность</li> <li>• Однозначность</li> <li>• Уникальность</li> <li>• Успешность</li> </ul>
<p>Принцип SMART подразумевает, что цели организации должны соответствовать следующим критериям, за исключением такого критерия, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Достижимость;</li> <li>• Конкретность;</li> <li>• Измеримость;</li> <li>• Реальность;</li> <li>• Гибкость</li> </ul>	<p>Применяемый для стратегического анализа среды метод SWOT (CBOT), позволяет провести совместное изучение таких элементов, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сила, слабость, способность и возможность</li> <li>• Слабость, вероятность, возможность и сила</li> <li>• Сила, способность, возможность и угроза</li> <li>• Возможность, сила, слабость, и угроза</li> <li>• Сила, слабость, вероятность и угроза</li> </ul>
<p>Не являются признаками жизнеспособности и успеха организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• своевременное распознавание изменений в окружающей среде;</li> <li>• наличие гибких, динамичных, самоорганизующихся инновационных элементов;</li> <li>• жесткость в следовании стратегии;</li> <li>• наличие мотивационной системы, ориентированной на результаты;</li> <li>• быстрая реакция на отрицательные и положительные факторы без потери стратегических установок</li> </ul>	<p>Что относится к цели продвижения?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• расширение ассортимента продукции без учета потребностей рынка</li> <li>• оптимизация процессов внутри компании и снижение издержек производства</li> <li>• информирование перспективных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж</li> <li>• создание системы адаптации сотрудников</li> <li>• привлечение клиентов путем повышения цен на продукцию</li> </ul>
<p>Что такое маркетинговые коммуникации?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• это процесс проектирования и создания товаров или услуг для удовлетворения потребностей клиентов.</li> <li>• это совокупность методов и инструментов, которые используются для продвижения товаров и услуг на рынке.</li> <li>• это процесс передачи информации о товарах или услугах от компании к потребителю с использованием различных средств коммуникации</li> <li>• это планирование и проведение маркетинговых исследований для определения потребностей и предпочтений целевой аудитории</li> <li>• это процесс изучения конкурентов с целью разработки уникального торгового предложения</li> </ul>	<p>К малобюджетным способам продвижения относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• рассылка пресс-релизов, размещение информации в точках контакта с целевой аудиторией, выступление руководителя на тематическом мероприятии</li> <li>• контекстная реклама сайта, баннерная реклама сайта</li> <li>• реклама на радио и телевидении, размещение видеороликов на городских экранах</li> <li>• таргетированная реклама в социальных сетях, тизерная реклама на сайтах</li> <li>• размещение баннеров на билбордах, распространение листовок на улицах</li> </ul>
<p>К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:</p>	<p>Маркетинговую стратегию предприятия можно определить, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• метод максимизации прибыли</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• географическому</li> <li>• демографическому</li> <li>• поведенческому</li> <li>• психографическому</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• цели предприятия на рынке и метод анализа рынка</li> <li>• совокупность продуктовой, ценовой, распределительной и коммуникативной политики</li> <li>• видение перспективы развития целевого рынка</li> <li>• обеспечение непрерывного роста предприятия</li> </ul>
<p>Результат рационального сочетания у компании исключительных ресурсов и возможностей, представляющих ценности, которые крайне ограничены и трудно воспроизводимы (повторяемы) – это ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конкурентное преимущество фирмы</li> <li>• отличительная характеристика компании</li> <li>• процесс оптимизации деятельности предприятия</li> <li>• конкурентная борьба</li> </ul>	<p>Основной целью операционного маркетинга является:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• привлечение большого числа потенциальных потребителей</li> <li>• генерация доходов, т.е. достижение целевого оборота</li> <li>• разработка плана маркетинга</li> <li>• эффективная организация маркетинговой деятельности в компании</li> </ul>
<p>К разряду количественных показателей оценки эффективности работы службы маркетинга можно отнести:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• соответствие цены восприятию товара целевой группой</li> <li>• отношение клиентов к сервису компании</li> <li>• отношение клиентов к фирме</li> <li>• долю рынка</li> </ul>	<p>Основное отличие между концепциями УЧР и управления персоналом заключается в том, что УЧР интегрировано в бизнес-стратегию компании</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• верно</li> <li>• неверно</li> </ul>
<p>Мичиганская модель определяет в качестве главных факторов политики и практики УЧР:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• собственников бизнеса</li> <li>• руководства компании</li> <li>• работников</li> <li>• государства и общества</li> <li>• интересы всех заинтересованных сторон</li> </ul>	<p>Модель УЧР, ориентированная на таланты, включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• целенаправленный поиск, привлечение и удержание сотрудников с потенциалом роста и развития</li> <li>• жесткий отбор кандидатов по заданным компетенциям</li> <li>• создание условий для самореализации в инновационных проектах</li> <li>• автономность деятельности сотрудника</li> </ul>
<p>Определите тип политики УЧР, если организация использует жесткие критерии и сложные методы отбора новых сотрудников, а также проводит комплексные программы обучения и развития персонала:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Экстернальная</li> <li>• Комплексная</li> <li>• Функциональная</li> <li>• Интернальная</li> </ul>	<p>Высокопрофессиональными считаются сотрудники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеющие большой стаж работы</li> <li>• демонстрирующие стабильно высокую результативность</li> <li>• прошедшие повышение квалификации</li> <li>• владеющие эффективными методами работы</li> <li>• имеющие высшее образование</li> </ul>