

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева»

**Программа вступительных испытаний в магистратуру  
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент  
*Магистерские программы*  
*«Управление бизнесом в цифровой экономике»***

Москва 2019

Разработчик по магистерской программе «Управление бизнесом в цифровой экономике»:  
- заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, к.э.н., доцент Д. С. Лопаткин

## 1. Введение

Программа вступительного испытания предназначена для лиц, желающих поступить в магистратуру ФГБОУ ВО «РХТУ им. Д.И. Менделеева» по направлению 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Управление бизнесом в цифровой экономике»).

Образовательная программа по направлению подготовки «Менеджмент» (программа «Управление бизнесом в цифровой экономике») составлена в соответствии с содержанием и требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению «Менеджмент». Программа ориентирована на подготовку магистров как квалифицированных руководителей и специалистов способных обеспечить устойчивое развитие и конкурентоспособность бизнеса в условиях цифровой трансформации экономики.

Продолжительность обучения – 2 года, получаемая квалификация - магистр менеджмента. Исходный минимальный уровень подготовки - бакалавриат. Форма обучения – очная. Программа вступительного испытания ориентирована на выявление у каждого поступающего целостной системы базовых знаний и умений, позволяющих в последующем освоить программу магистерской подготовки.

Задачи программы:

- подготовить менеджеров, способных принимать эффективные комплексные управленческие решения и организовывать деятельность в области цифровой экономики в соответствии с международными стандартами и лучшей мировой практикой;
- способствовать внедрению современных высокотехнологичных инновационных решений как в бизнес-среде, так и в образовательном процессе;
- обеспечить формирование управленческого резерва и молодых исследователей/преподавателей в рамках дорожной карты Программы «Цифровая экономика» (подпрограмма «Кадры и образование») на национальном, отраслевом, региональном и муниципальном уровнях;
- способствовать созданию единой коммуникационной среды в области цифровой экономики.

Магистрант должен участвовать в научно-исследовательских работах по применению современных цифровых технологий в бизнес среде в рамках плана научно-исследовательских работ кафедры менеджмента и маркетинга.

## 2. Цели и задачи вступительных испытаний

Вступительные испытания предназначены для определения теоретической и практической подготовленности поступающих в магистратуру абитуриентов и проводятся с целью определения соответствия знаний, умений и навыков требованиям обучения в магистратуре по направлению подготовки.

Вступительные испытания в магистратуру проводятся в форме устного экзамена.

Цель испытания – определить готовность и возможность лица, поступающего в магистратуру, освоить выбранную магистерскую программу.

Основные задачи:

- проверить уровень знаний абитуриента;
- определить склонность к научно-исследовательской работе;
- выявить мотивы поступления в магистратуру;
- определить круг научных интересов;
- определить уровень научно-практической эрудиции абитуриента.

В ходе экзамена поступающий должен показать:

- знание теоретических основ учебных дисциплин по направлению менеджмент;
- владение специальной профессиональной терминологией и лексикой;
- способность решать управленческие задачи, связанные с деятельностью предприятия;
- владение культурой мышления, способность в письменной и устной речи правильно оформлять его результаты;
- умение поставить цель и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций.

Ориентировочная продолжительность вступительного испытания – 45 мин.

Экзаменационный билет содержит 2 вопроса, которые выбираются из перечня вопросов по магистерской программе «Управление бизнесом в цифровой экономике» по направлению «Менеджмент».

### 3. Оценка результатов вступительных испытаний

Результаты вступительных испытаний оцениваются по стобальной шкале. Оценка определяется как среднее арифметическое баллов, выставленных членами экзаменационной комиссии, полученных во время собеседования. При определении оценки члены комиссии руководствуются следующими критериями:

Количество баллов от 85 до 100 выставляется абитуриенту, успешно прошедшему вступительное испытание и показавшему глубокие знания теоретической части программы, умение проиллюстрировать изложение рассматриваемого вопроса практическими приемами и расчетами, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала, полно и подробно ответившему на вопросы членов экзаменационной комиссии.

Количество баллов от 70 до 84 выставляется абитуриенту, прошедшему вступительное испытание с незначительными замечаниями, показавшему хорошие знания теоретических вопросов, умение проиллюстрировать изложение рассматриваемого вопроса практическими приемами и расчетами, освоившему основную литературу, рекомендованную программой испытаний, обнаружившему стабильный характер знаний и способному к их самостоятельному восполнению и обновлению в ходе практической деятельности, полностью ответившему на вопросы членов экзаменационной комиссии, но допустившему при ответах незначительные ошибки, указывающие на наличие пробелов в знаниях.

Количество баллов от 50 до 69 выставляется абитуриенту, прошедшему вступительное испытание со значительными замечаниями, показавшему знание основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, испытывающему затруднения в практическом применении теории, допустившему существенные ошибки при ответах на вопросы членов комиссии, но показавшему знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для обучения в магистратуре.

Количество баллов от 0 до 49 выставляется, если абитуриент показал существенные пробелы в знаниях основных положений теории, которые не позволяют ему приступить к изучению магистерской программы и практической работе без дополнительной подготовки.

Зачисление в магистратуру производится по результатам конкурсного отбора по максимальному количеству баллов.

**4. Вопросы для подготовки к вступительным испытаниям в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Управление бизнесом в цифровой экономике»**

1. Совокупный спрос и совокупное предложение. Точка безубыточности. Кривая безразличия. Эластичность спроса.
2. Издержки, их сущность и структура. Теория издержек. Теория факторов производства и распределение факторных доходов.
3. Основные глобальные трансформации производственного уклада (промышленные революции). Индустрия 4.0.
4. Теория поколений. Основные поколения и их особенности.
5. Предпринимательская деятельность. Сущность, цели, функции и основные свойства предпринимательской деятельности.
6. Характеристика основных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Порядок образования и регистрации юридического лица. Уставный капитал и способы его формирования.
7. Классификация основных видов предпринимательства. Цифровой бизнес и его роль в новой экономике.
8. Значение и содержание малого бизнеса. Меры поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации.
9. Налогообложение предпринимательской деятельности. Понятие налогов. Виды налогов в зависимости от объекта налогообложения.
10. Основные этапы создания собственного дела. Цели, задачи и этапы внедрения бизнес-планирования на предприятии.
11. Понятие, сущность и значение стартапов. Примеры зарубежных и отечественных успешных стартапов.
12. Основные составляющие успешного стартапа. Способы инвестирования стартапов.
13. Финансовая отчетность предприятия. Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности, рентабельности и структуры баланса.
14. Менеджер и предприниматель. Задачи менеджеров, их роль в организации.
15. Внутренняя и внешняя среда организации. Факторы внешней среды организации.
16. Управление трудовыми ресурсами (HR-management). Планирование трудовых ресурсов. Методы отбора персонала.

17. Инновационная деятельность. Инновация и модернизация. Инновационный менеджмент как особое направление менеджмента.
18. Сущность и функции управления рисками. Классификация рисков. Основные методы снижения рисков.
19. Финансы и деньги. Денежно-кредитная политика. Центральный банк Российской Федерации. Ключевая ставка Банка России.
20. Цели и задачи маркетинговой деятельности. Основные категории в маркетинге: нужда, потребность, обмен и удовлетворенность.
21. Понятие комплекса маркетинга, характеристика составляющих комплекса маркетинга. Модель маркетинг-микс (4P, 5P, 7P).
22. Реклама, PR и GR.
23. Сфокусированность на клиентах, управление лояльностью и влияние на прибыль.
24. Маркетинговые планы и эффективность деятельности.
25. Маркетинговые исследования. Основные методы и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет.
26. Современные инструменты интернет-маркетинга.
27. Интернет-сайт как неотъемлемая часть современного бизнеса. Преимущества Интернет-сайтов перед традиционными средствами передачи маркетинговой информации. Понятие «юзабилити» сайта.
28. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе. Social media marketing.
29. Цифровая экономика. Основные цифровые технологии развития экономики Российской Федерации.
30. Российская Федерация на глобальном цифровом рынке.

## **5. Литература для подготовки к вступительному испытанию**

1. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 417 с. – (Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-534-06627-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431915>
2. Экономическая теория : учебник для бакалавров / В. Ф. Максимова [и др.] ; под общей редакцией В. Ф. Максимовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 580 с. — (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-3098-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425848>

3. Маркетинг от потребителя / Роджер Бест ; пер. с англ. Павла Миронова. – 6-е изд., перераб. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. –696 с.
4. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» – <http://government.ru/info/35568/>
5. Самый практичный сайт по маркетингу – <http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga/4p-5p-7p-model/>