

Согласовано

Директор ВШЭУ

А.В. Карпушкина



« 2 » _____ 2026 г.

Программа вступительных испытаний при поступлении в магистратуру

38.04.02 Менеджмент

Стратегический и инновационный маркетинг

**Программа вступительных испытаний
при поступлении в магистратуру**

Направление 38.04.02 «Менеджмент»

**Магистерская программа
«Стратегический и инновационный маркетинг»**

Выпускающая кафедра – «Менеджмент»

Форма и процедура проведения:

Вступительные испытания проходят в виде тестирования.

Тест содержит 100 вопросов.

Время на решение теста составляет 60 минут.

Темы для подготовки к вступительному испытанию

1. Сущность и понятие менеджмента как науки, его место в системе научных знаний.
2. Цели и задачи менеджмента.
3. Функции менеджмента.
4. Методы управленческой деятельности и принципы их реализации.
5. Уровни управления и основные роли, выполняемые современным менеджером.
6. Развитие науки менеджмента. Школа научного управления Ф. Тейлора.
7. Развитие науки менеджмента. Школа административного управления А. Файоля.
8. Развитие науки менеджмента. Школа человеческих отношений и поведенческих наук (Э.Мэйо, М. Фоллет и др.).
9. Развитие науки менеджмента. Количественная школа менеджмента.
10. Развитие науки менеджмента. Подходы: процессный, системный, ситуационный. Практика использования теоретических подходов в менеджменте.
11. Концепции маркетинга
12. Основные факторы микросреды компании
13. Факторы макросреды компании
14. Принципы, цели и функции маркетинга
15. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

16. Модель покупательского поведения
17. Сегментация и выбор целевого рынка
18. Товар. Услуга. Жизненный цикл товара.
19. Ценообразование в маркетинге
20. Маркетинговые коммуникации

Рекомендуемая литература для подготовки к вступительному испытанию

Рекомендуемая литература:

1. Мескон, М. Основы менеджмента. Пер. с англ. Академия нар. Хоз-ва при Правительстве РФ; М. Мескон, М. Албберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2000 – 701 с.
2. Виханский, О.С. Менеджмент учебник для вузов по экономическим специальностям Текст О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 1999. -527с.
3. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента Текст учеб. пособие по специальности «Менеджмент орг.» Н. И. Кабушкин. - 8-е изд., стер. – М.: Новое знание, 2005. - 335 с.
4. Веснин, В. Р. Основы менеджмента. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Институт международного права и экономики им. А. С. Гри, 1999.
5. Пилипенко, Н. Н. Основы менеджмента Учеб. пособие Н. Н. Пилипенко, Е. Л. Татарский. – М.: Дашков и К, 2007. - 141 с.
6. Основы маркетинга = Principles of Marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс; [пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид ; под ред. А. В. Назарен-ко]. – Москва; Санкт-Петербург; и др: Вильямс, 2012. – 752 с. ил.
7. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 308 с. — <https://urait.ru/bcode/581769>

При подготовке предложенный список литературы является рекомендуемым.