

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ БИОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОСБИОТЕХ)»

ПРИНЯТО  
решением Ученого совета РОСБИОТЕХ  
протокол № 3  
от «26» октября 2023 года

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. ректора РОСБИОТЕХ,  
Председатель Ученого совета  
РОСБИОТЕХ



А.А. Солдатов

от «26» октября 2023 года

**Программа вступительного испытания  
по обучению по образовательным программам высшего образования -  
программам магистратуры по направлению подготовки  
38.04.02 Менеджмент  
в Пушкинском филиале федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ)»  
в 2024/2025 учебном год**

Москва, 2023

## Содержание

Введение .....	3
1. Требования и форма вступительного испытания.....	3
2. Содержащие разделов теоретических знаний, .....	4
выносимых на вступительный устный экзамен .....	4
3. Примерные вопросы для подготовки к .....	7
вступительному испытанию в форме устного экзамена.....	7
4. Оценивание поступающего на вступительном испытании .....	9

## Введение

Настоящая программа вступительных испытаний в формате вуза в магистратуру федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский биотехнологический университет» (РОСБИОТЕХ) составлена на основании требований Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 августа 2020 г. № 1076 (редакция с изменениями от 13.08.2021 № 753, от 26.08.2022 № 814) «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация - бакалавр), утверждённого Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 2016 г. № 7 от 12 января 2016 г. с изменениями и дополнениями от: 20 апреля 2016 г., 13 июля 2017 г.

Вступительное испытание в магистратуру РОСБИОТЕХ предназначено для определения теоретической и практической подготовленности поступающего к выполнению профессиональных задач, установленных вышеуказанным образовательным стандартом по направлению подготовки **38.04.02 «Менеджмент»** (квалификация - магистр), утверждённого Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 322 от 30 марта 2015 г. с изменениями и дополнениями от: 9 сентября 2015 г., 13 июля 2017 г.

### 1. Требования и форма вступительного испытания

Требования к вступительным испытаниям настоящей программы сформированы на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация - бакалавр).

На вступительном испытании поступающий в магистратуру должен подтвердить наличие (сформированность) общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций на уровне бакалавра направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», достаточных для обучения по магистерской программе направления **38.04.02 «Менеджмент»** и решения им профессиональных задач, установленных вышеуказанным образовательным стандартом магистратуры с учетом направленности программы.

Программа вступительных испытаний рассчитана на проверку знаний и умений в областях (дисциплинах):

–Теория менеджмента.

–Маркетинг.

Вступительное испытание проводится в форме устного экзамена очно и с использованием дистанционных технологий.

Результаты вступительных испытаний объявляются не позднее следующего дня его проведения на информационном стенде приемной комиссии и официальном сайте РОСБИОТЕХ.

**2. Содержащие разделов теоретических знаний,  
выносимых на вступительный устный экзамен**

Таблица 1

**2.1. Содержание дисциплины (раздела): Теория менеджмента**

Наименование раздела	Содержание раздела
1	2
<i>Раздел 1.</i> Управление организацией.	Организации. Факторы успеха организации. Менеджеры и их функции. Управление, направленное на успех.
<i>Раздел 2.</i> Эволюция управленческой мысли.	Древняя практика. Подходы на основе выделения различных школ. Процессный подход. Системный подход. Ситуационный подход.
<i>Раздел 3.</i> Внутренняя среда организации.	Внутренние переменные. Взаимосвязанность внутренних переменных.
<i>Раздел 4.</i> Внешняя среда организации.	Организация и ее среда. Характеристики внешней среды. Среда прямого воздействия. Среда косвенного воздействия. Международное окружение.
<i>Раздел 5.</i> Социальная ответственность и этика.	Роль бизнеса в обществе. Социальная ответственность на практике. Этика и современное управление. Повышение показателей этичности поведения.
<i>Раздел 6.</i> Коммуникации.	Процесс коммуникаций и эффективность управления. Коммуникационный процесс. Межличностные коммуникации. Организационные коммуникации.
<i>Раздел 7.</i> Принятие решений.	Природа процесса принятия решений. Рациональное решение проблем. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
<i>Раздел 8.</i> Модели и методы принятия решений.	Наука управления. Моделирование. Методы принятия решений. Методы прогнозирования.
<i>Раздел 9.</i> Стратегическое планирование.	Сущность и функции стратегического планирования. Цели организации. Оценка и анализ внешней среды. Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации. Изучение стратегических альтернатив.
<i>Раздел 10.</i> Планирование реализации стратегии.	Реализация стратегического плана. Управление реализацией стратегического плана и контроль за его выполнением. Оценка стратегического плана.
<i>Раздел 11.</i> Организация взаимодействия и полномочия.	Делегирование, ответственность и полномочия. Линейные и аппаратные полномочия. Эффективная организация распределения полномочий.
<i>Раздел 12.</i> Построение организаций.	Выбор структуры. Департаментализация. Адаптивные структуры. Централизованные и децентрализованные организации.
<i>Раздел 13.</i> Мотивация.	Эволюция понятия мотивация. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Мотивация и компенсация.
<i>Раздел 14.</i> Контроль.	Сущность контроля. Процесс контроля. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля. Информационно-управляющие системы в

Наименование раздела	Содержание раздела
1	2
	планировании и контроле.
<i>Раздел 15.</i> Групповая динамика.	Группы и их значимость. Развитие неформальных организаций и их характеристики. Управление неформальной организацией. Повышение эффективности групп.
<i>Раздел 16.</i> Руководство.	Власть, влияние, лидер. Формы власти и влияния. Убеждение и участие. Практическое использование влияния.
<i>Раздел 17.</i> Лидерство.	Теории лидерства. Поведенческий подход к лидерству. Стил, удовлетворение и производительность. Ситуационные подходы к лидерству. Адаптивное руководство.
<i>Раздел 18.</i> Управление конфликтами.	Природа конфликта в организации. Управление конфликтной ситуацией. Природа организационных изменений. Управление изменениями. Организационное развитие. Природа стресса. Стрессовый стиль жизни.
<i>Раздел 19.</i> Управление трудовыми ресурсами.	Формирование трудовых ресурсов. Развитие трудовых ресурсов. Повышение качества трудовой жизни.
<i>Раздел 20.</i> Управление производством.	Системный подход к управлению операциями. Вопросы этики в управление производством. Проектирование изделий и процессов в производстве. Проектирование продуктов и процессов в сфере услуг. Производственные мощности. Проектирование работ и нормирование труда. Оперативное управление производством. Планирование выпуска продукции. Управление запасами. Оперативное управление производством. Управление проектами. Методы управления проектами. Обеспечение качества.
<i>Раздел 21.</i> Управление производительностью.	Комплексный подход к вопросам производительности. Управление по критерию производительности. Коммуникации, принятие решений и руководство в деле обеспечения производительности. Новое в управление производительностью труда.

### Литературы

#### Основная литература:

1. Основы менеджмента: учебник / А.П. Егоршин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 350 с.
2. Королев, В. И. Основы менеджмента: учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. В. И. Королева. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. - 624 с.

#### Дополнительная литература:

1. Гуськов, Ю. В. Основы менеджмента: учебник / Ю. В. Гуськов. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 263 с.
2. Балашов, А. П. Основы менеджмента: учебное пособие / А. П. Балашов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. - 288 с.

3. Фридман, А. М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: учебник / А.М. Фридман. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021. - 229 с.

Таблица 2

Содержание дисциплины (раздела): Маркетинг

Наименование раздела	Содержание раздела
1	2
<i>Раздел 1.</i> Понятие, сущность и принципы маркетинга.	Определение маркетинга, его сущность и принципы. Классификация маркетинговой деятельности. Различия в деятельности предприятий пищевой промышленности с маркетинговой и производственно-сбытовой ориентацией. Особенности маркетинга пищевой продукции.
<i>Раздел 2.</i> Процесс управления и функции маркетинга.	Определение и схема процесса управления маркетингом. Функции маркетинга (общие и конкретные). Процесс маркетинговых исследований (определение, принципы, этапы и направления).
<i>Раздел 3.</i> Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.	Концепция системы маркетинговой информации. Схема маркетингового исследования.
<i>Раздел 4.</i> Потребительские рынки.	Модель покупательского поведения. Характеристики покупателя. Процесс принятия решения о покупке.
<i>Раздел 5.</i> Рынок предприятий.	Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений.
<i>Раздел 6.</i> Организационные структуры службы маркетинга на пищевых предприятиях.	Этапы создания маркетинговой службы на предприятиях пищевой промышленности. Принципы и схемы построения маркетинговой службы (функциональная, товарная, географическая, матричная). Расчет численности работников, занятых в службе маркетинга.
<i>Раздел 7.</i> Комплексное исследование рынка предприятий пищевой промышленности.	Сегментирование рынка и выбор целевого сегмента. Определение спроса и предложения на рынке. Влияние макросреды на деятельность предприятий пищевой промышленности. Анализ микросреды пищевого предприятия.
<i>Раздел 8.</i> Разработка товаров.	Классификация товаров. Марочные товары. Упаковка и маркировка. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Разработка новых товаров. Стратегия разработки новых товаров. Жизненный цикл товара.
<i>Раздел 9.</i> Установление цен на товары.	Ценообразование на разных типах рынка. Методика расчета исходной цены. Стратегии ценообразования. Стратегии установления цен на новые товары. Стратегии ценообразования в рамках товарной

Наименование раздела	Содержание раздела
1	2
	номенклатуры. Стратегии корректирования цен.
<i>Раздел 10.</i> Методы распространения.	Понятие каналов распределения. Внутренняя структура каналов распределения. Принятие решения о структуре канала распределения. Товародвижение и управление логистикой. Коммуникационная программа. План коммуникационной программы. Реклама. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Связи с общественностью.
<i>Раздел 11.</i> Планирование маркетинга на предприятиях пищевой промышленности.	Определение цели маркетинга и разработка стратегий для ее достижения. Разработка программ маркетинга по продуктам и составление плана маркетинга предприятий пищевой промышленности. Определение программы действий. Расчет бюджета маркетинга.

### Литературы

#### *Основная литература:*

1. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 292 с.
2. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга: учебник / Д. А. Шевченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К, 2021. - 613 с.
3. Фридман, А. М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: учебник / А.М. Фридман. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021. - 229 с.

#### *Дополнительная литература:*

1. Новикова, М. А. Основы маркетинга сферы услуг: учебное пособие / М.А. Новикова. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 192 с.
2. Овчаренко, Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебник для бакалавров / Н. А. Овчаренко. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 162 с.
3. Экономика развития: практикум / под ред. Р.М. Нуреева. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2021, - 512 с.

### 3. Примерные вопросы для подготовки к вступительному испытанию в форме устного экзамена

#### *3.1. Вопросы к дисциплине (разделу): Теория менеджмента*

1. Вклад школы научного управления в теорию менеджмента.
2. Вклад административной школы в теорию менеджмента.
3. Вклад школы человеческих отношений в теорию менеджмента.
4. Вклад количественной школы в теорию менеджмента.
5. Сущность процессного подхода в менеджменте.
6. Сущность системного подхода в менеджменте.
7. Сущность ситуационного подхода в менеджменте.
8. Элементы среда прямого воздействия организации.

9. Элементы среда косвенного воздействия организации.
10. Этапы и элементы коммуникационного процесса.
11. Процесс принятия решений.
12. Классификация методов принятия решений.
13. Сущность, функции стратегического планирования.
14. Делегирование, ответственность и полномочия.
15. Выбор структуры управления.
16. Опишите содержательные теории мотивации.
17. Опишите процессуальные теории мотивации.
18. Этапы процесса контроля. Типы контроля.
19. Группы и их значимость в теории менеджмента.
20. Формы власти и влияния.
21. Опишите теории лидерства.
22. Сущность поведенческого подхода к лидерству.
23. Сущность ситуационных подходов к эффективному лидерству.
24. Природа конфликта в организации.
25. Управление конфликтной ситуацией.

### *3.2. Вопросы к дисциплине (разделу): Маркетинг*

1. Сущность понятия маркетинга.
2. Содержание концепций маркетинга.
3. Принципы построения маркетинговой службы.
4. Этапы процесса маркетинговых исследований.
5. Сегментирование потребительских рынков.
6. Оценка конкурентоспособности продукции.
7. Опишите стратегии корректировки цен
8. Этапы разработка нового товара.
9. Этапы жизненного цикл товара.
10. Опишите функции товародвижения.
11. Опишите стратегии установления цен на новые товары.
12. Понятие и структура канала распространения продукции.
13. Элементы коммуникационной программы.
14. Этапы процесса маркетингового планирования.
15. Этапы формирования выборки в маркетинговом исследовании.
16. Перечислите типы маркетинговых исследований.
17. Перечислите методы маркетинговых исследований.
18. Что относится к качественным методам маркетинговых исследований.
19. Опишите случайные методы формирования выборки.
20. Этапы процесса составления вопросника в рамках маркетингового исследования.
21. Перечислите типы шкал и дайте их характеристики.
22. Приведите примеры всех типов интервальных шкал в маркетинговом исследовании.
23. Этапы контент-анализа.
24. Контент-анализ в маркетинге.
25. В чем преимущества и недостатки синдикативных и корпоративных исследований?

**Примечание:** Вопросы вступительных испытаний носят примерный характер и могут быть видоизменены с сохранением смыслового содержания.



#### 4. Оценивание поступающего на вступительном испытании

Оценка знаний и умений поступающего на вступительном испытании осуществляется экзаменационной комиссией (ЭК).

На устном экзамене, каждый член экзаменационной комиссии (включая председателя ЭК) оценивает поступающего отдельно по каждому заданию (вопросу) билета с определением общей суммарной оценки.

Критерии выставления оценок членами экзаменационной комиссии (включая председателя ЭК) на вступительном испытании представлены в таблице 1. Выставленные отдельными членами экзаменационной комиссии (включая председателя ЭК) баллы суммируются. Оценка вступительного испытания определяется путем усреднения суммарных оценок за все ответы на вопросы, выставленных всеми членами экзаменационной комиссии. При спорных вопросах, мнение председателя ЭК является решающим.

Таблица 3

*Критерии выставления оценок на вступительном испытании*

Оценка в баллах	Критерии выставления оценок
1	2
39 баллов и менее («неудовлетворительно»)	Поступающий затрудняется в вопросах научных понятий в области направления подготовки, фактах научных теорий, основных методах, технологиях (методиках) профессиональной деятельности в указанной сфере. Знания носят фрагментарный, несистематизированный характер. Умения, навыки демонстрируются на неудовлетворительном уровне.
от 40 до 59 баллов («удовлетворительно»)	Поступающий знает основные вопросы научных понятий в области направления подготовки, фактах научных методах, технологиях (методиках) профессиональной деятельности в указанной сфере. Знания носят недостаточно систематизированный характер. Умения, навыки демонстрируются на удовлетворительном уровне.
от 60 до 79 баллов («хорошо»)	Поступающий продемонстрировал хорошее представление о научных теориях, методах, технологиях (методиках) в сфере профессиональной деятельности, хорошо ориентируется в фактах, имеет хорошее представление о практическом использовании этих знаний в профессиональной области. Знания носят достаточно систематизированный характер. Умения, навыки демонстрируются на удовлетворительном уровне.
от 80 до 100 баллов («отлично»)	Поступающий продемонстрировал широкое и глубокое представление о научных теориях, методах, технологиях (методиках) в сфере профессиональной деятельности, способен соотносить теоретические положения и их практическое применение, умение поддерживать профессиональный диалог (в том числе аргументировать свою позицию). Знания носят систематизированный характер. Умения, навыки демонстрируются на удовлетворительном уровне.