

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
инклюзивного высшего образования  
«Российский государственный университет социальных технологий»  
(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Проректор по образовательной  
деятельности**

**Е.В. Богдалова**

**« 12 » января 2026 г.**



**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО  
ФИНАНСОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ**

**(для поступающих на направление подготовки 38.04.02 Менеджмент)**

**(УРОВЕНЬ МАГИСТРАТУРА)**

**(для вступительных испытаний, проводимых университетом самостоятельно)**

**Москва  
2026**

## **Структура программы**

1. Пояснительная записка.
2. Содержание программы по основным разделам.
3. Структура и порядок проведения вступительного испытания.
4. Критерии оценивания результатов вступительного испытания.

### **Шкалирование результатов**

5. Список рекомендуемой литературы при подготовке к вступительному испытанию.
6. Демонстрационная версия вступительного испытания.

## **1. Пояснительная записка**

Настоящая программа составлена на основе требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки специалиста в области менеджмента, определяемых действующим Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Нормативный срок освоения основной образовательной программы подготовки магистра при очной форме обучения 2 года.

**Целью** вступительного испытания по управлению экосистемами бизнеса является определение уровня знания абитуриентами содержания наиболее значимых в профессиональном плане дисциплин, предусмотренных предыдущим уровнем образования: например, по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

**Задачи** вступительного испытания:

- ✓ определение уровня владения содержанием таких дисциплин как «Теория менеджмента», «Стратегический менеджмент», «Финансовый менеджмент», «Маркетинг», «Организационное поведение»;
- ✓ определение уровня сформированности профессиональных компетенций абитуриентов по дисциплинам, входящим в состав комплексного экзамена;
- ✓ выявление степени самостоятельности мышления абитуриентов;
- ✓ выявление уровня сформированности аналитических навыков абитуриентов.

## **2. Содержание программы по основным разделам**

### **Теория менеджмента**

Менеджмент как наука и практика управления. Основные принципы и функции менеджмента. Основные понятия менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. Менеджмент как человеческий фактор, специальность и система. Сущность и содержание менеджмента: менеджмент как наука и искусство управления, менеджмент как организация управления фирмой, менеджмент как процесс принятия управленческих решений. Основные компоненты менеджмента. Уровни менеджмента. Цели и задачи, характерные черты и стадии менеджмента. Менеджмент и управление. Объекты и субъекты управления. Принципы управления. Системный, процессный и ситуационный подходы к управлению. Исторические предпосылки возникновения управления. Общее в развитии менеджмента в разных странах. Становление первых теорий менеджмента. Подходы к управлению на основе выделения различных школ в управлении: научного управления, классическая (административная), поведенческая, школа человеческих отношений, количественная, науки управлять. Развитие теории и практики управления в России. Черты и свойства организации. Требования, предъявляемые к организации. Признаки организации. Законы организации. Основные типы организаций. Система классификации фирм в менеджменте. Методика изучения фирм. Источники

информации о фирмах. Основы экономического анализа хозяйственной деятельности фирмы. Организация как открытая социальная система. Внутренняя и внешняя среда организации. Взаимосвязь факторов внешней среды: сложность, подвижность и неопределенность. Природа и состав функций менеджмента. Основные функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Сущность и понятие «организационная структура управления» (ОСУ). Иерархический тип ОСУ. Органический тип ОСУ. Новые и перспективные организационные формы и структуры. Принципы и правила построения ОСУ. Понятие и природа управленческих решений. Классификация решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Процесс принятия решения и его структура. Принятие решений в условиях неопределенности. Методы разработки и принятия решений. Процесс реализации управленческих решений. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Содержание и стадии принятия управленческих решений. Содержание централизованной и децентрализованной форм управления фирмой. Демократизация управления. Делегирование полномочий в управлении фирмой. Суть и содержание основных функций управления. Содержание, цели и виды внутрифирменного планирования. Суть и содержание функции организации. Классификация организационных структур во внутрифирменном управлении. Основные принципы организационного построения фирмы. Основные виды организационных структур фирмы. Внутрифирменный контроль. Формы и средства реализации внутрифирменного контроля. Система внутрифирменного контроля. Система внутрифирменного учета и отчетности. Коммерческий и внутрифирменный расчет в управлении фирмой. Управление научно-техническим развитием фирмы. Управление ассортиментной и инновационной деятельностью фирмы. Управление материально-техническим обеспечением фирмы. Управление персоналом фирмы. Системы мотивации и стимулирования труда работников фирмы. Планирование карьеры сотрудников фирмы. Менеджер и его функции. Управление сбытовой деятельностью фирмы. Менеджмент и логистика. Сущность и цели коммуникации в организации. Виды коммуникаций. Организационные коммуникации. Командные коммуникации. Формы деловой коммуникации. Процесс коммуникаций в организации. Общее понятие эффективности менеджмента. Эффективность управления как результативность и как экономичность. Показатели и критерии эффективности. Эффективность управления (производства или оказания услуг). Роль менеджмента в обеспечении эффективности организации. Факторы эффективности менеджмента. Удовлетворенность работой как критерий эффективности управления.

### **Стратегический менеджмент**

Понятие стратегического менеджмента. Сущность и содержание стратегического менеджмента. Стратегический менеджмент как часть науки управления. Эволюция управленческих систем. Выявление причин и

основных предпосылок появления стратегического менеджмента как самостоятельного подхода в 60-х гг. XX в. Базовая теория стратегического менеджмента А. Чандлера. «Управление по целям» П. Друкера. Компания (организация) как открытая система. Производительность внутренних управленческих процессов по отношению к внешним факторам и тенденциям. Исторические модели стратегического управления. Стратегия как искусство маневрирования. Философские и военные «стратегемы». Стратегия как реализация общественных установок и программ. Основные понятия и модели стратегического менеджмента. Определяющее значение внешней среды в стратегическом менеджменте. Микросреда, мезосреда, глобальная среда. Структура микросреды, мезосреды, глобальной среды. Роль внешних стейкхолдеров. Изменчивость и противоречивость внешней среды. Турбулентность изменения внешней среды в условиях глобального финансово-экономического кризиса. Реактивная и прогностическая модели стратегического менеджмента. Стратегическое видение как «погружение» во внешнюю среду. Новая бизнессреда. Стратегическое соответствие. Уровни стратегического менеджмента в компаниях: корпоративная стратегия, бизнес-стратегии, функциональные стратегии. Определяющая роль корпоративной стратегии компании. Вертикальная интеграция, горизонтальная интеграция и диверсификация как базовые корпоративные стратегии. Их особенности, преимущества и риски. Особенности бизнес-стратегии. Стратегические бизнес-единицы (СБЕ). Жизненный цикл продукта. Основные функциональные стратегии – производственная, финансовая, маркетинговая. Стратегии компании в различных отраслях. Бизнесмодель компании. Стратегии компании на международных рынках. Современные модели стратегического менеджмента. Концепция стратегических зон хозяйствования, стратегических ресурсов и групп стратегического влияния. Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования. Стратегическая гибкость и снижение стратегической уязвимости в развитии фирмы. Основная схема стратегического анализа. Анализ фирмы: Бостонская матрица. Матрица GE. Их роль в формировании оптимального портфеля бизнесов. Матрица И. Ансоффа. Конкурентные преимущества, конкурентоспособность. Конкурентоспособность на уровне компании (бизнеса) и товара. Понятие «ключевая компетенция» и его сущность, источники формирования. Характеристика и виды конкурентных преимуществ. Возможности формирования, развития, сохранения и средства защиты конкурентных преимуществ. Матрица И. Ансоффа. Выбор стратегии на основе матрицы Томпсона и Стрикленда. Типовые ошибки при выборе корпоративных и конкурентных стратегий. Согласование и взаимосвязь стратегий корпоративного, делового и функционального уровня. Анализ ресурсов и возможностей: Схема анализа ресурсов и возможностей. Определение и идентификация ресурсов и возможностей. Цепочка создания ценности М. Портера. Оценка ресурсов и возможностей. Стратегические последствия и их использование. Стратегический анализ издержек. Анализ отрасли и конкуренции: Анализ привлекательности отрасли. Анализ

конкурентного окружения. 5 конкурентных сил. Конкурентные стратегии М. Портера. Анализ конкурентов. Ключевые факторы успеха в отрасли. Цепочка создания ценности в отрасли. Выстраивание стратегической пирамиды. Условия эффективного применения стратегий. Алгоритм стратегического менеджмента как последовательности этапов принятия управленческих решений. Процесс формулирования стратегии. Миссия, ее значение и современные интерпретации. Система стратегических целей, финансовые и нефинансовые цели. SMART-принцип. Разработка стратегии. Сценарный подход. Стратегические сессии. Бизнес-план и дорожная карта как конкретизация стратегического планирования. Система сбалансированных показателей Д. Нортон и Р. Каплана. Преимущества и ограничения модели развития на основе системы сбалансированных показателей. Проблемы и ограничения классических подходов стратегического менеджмента. Критика Г. Минцбергом «матричного» метода принятия стратегических решений. Множественность концепций стратегического менеджмента как проявления комплексного и противоречивого процесса стратегического управления. Роль инноваций в системе целей стратегического менеджмента. Поиск источников конкурентного преимущества. Изменение главной установки стратегического менеджмента в 90-е гг. XX в. Первичность ключевых ресурсов компании. Развитие стратегических корневых (внутренних) компетенций как главного источника конкурентоспособности компаний. Высокотехнологичные отрасли и управление инновациями. Конкурентное преимущество в технологически емких отраслях. Стратегии эффективного использования инноваций: как и когда выходить на рынок. Стандарты, платформы и сетевые эффекты. Реализация стратегий, связанных с внедрением новых технологий. Стратегия как «коллективное лидерство». Стратегия «голубых океанов». Новые роли менеджеров. Ремоделирование организаций. 8 шагов управления изменениями Дж. Коттера. Цифровая трансформация бизнеса. От «открытой организации» к «организации без границ». Оценка стратегической гибкости фирмы. Политический, организационный и экономический аспекты формулирования стратегии развития фирмы. Концепция общих стратегий Портера. Представительные бизнес-стратегии. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование. План развития фирмы, бизнес-план и маркетинговая программа. Основные этапы развития внутрифирменного планирования. Основные виды внутрифирменного планирования. Основные направления совершенствования внутрифирменного планирования. Сценарное планирование и планирование в условиях стратегических неожиданностей.

### **Финансовый менеджмент**

Внешняя и внутренняя экономическая среда и организационно-правовые формы ведения бизнеса. Базовые концепции финансового менеджмента. Экономическая сущность и классификация активов предприятия. Характеристики финансового актива: стоимость, цена, доходность, риск. Формализованные методы оценки стоимости финансовых

активов. Базовая модель оценки финансовых активов. Типы акций и их оценка. Ожидаемые дивиденды как основа стоимости акций. Оценка долговых ценных бумаг. Финансовая отчетность компании, бухгалтерский баланс, принципы его составления, методы оценки финансового состояния, сущность и способы расчета основных финансовых показателей. Факторные модели финансового анализа. Операционный анализ как база принятия управленческих решений. Понятие производственного и финансового рычагов. Временная стоимость денег. Потоки платежей и методы их оценки. Методы оценки основных финансовых активов (акций и облигаций). Сущность и виды финансового риска. Риск и доходность. Диверсификация и риск портфеля ценных бумаг. Сущность инвестиционных решений. Инвестиционная политика. Разработка инвестиционной политики. Финансовый анализ и формирование портфеля. Оценка доходности портфеля. Пересмотр портфеля. Коэффициенты «доходность-изменчивость» и «доходность-разброс». Принципы и методы формирования бюджета капитальных вложений. Виды и методы оценки инвестиционных проектов. Риски инвестиционных проектов, методы их анализа. Долгосрочные пассивы: состав, структура, основные способы увеличения капитала. Традиционные методы средне- и краткосрочного финансирования. Новые инструменты финансирования. Балансовые модели управления источниками финансирования. Понятие финансового самообеспечения хозяйствующего субъекта. Понятие самофинансирования и показатель кэш-флоу. Анализ уровня самофинансирования. Понятие стоимости и структуры капитала. Средневзвешенная и предельная стоимость капитала. Влияние структуры капитала на стоимость фирмы. Специфика и проблемы определения стоимости капитала в Российской Федерации. Сущность дивидендной политики. Инструменты финансирования деятельности компании, преимущества и недостатки долевого и долгового финансирования, методы оценки основных финансовых инструментов. Особые формы финансирования: лизинг, форфейтинг, факторинг. Проектное и венчурное финансирование. Привлечение иностранного капитала. Специфика финансирования российских предприятий. Понятие и основные элементы оборотного капитала. Чистый оборотный капитал. Операционный и денежный цикл предприятия. Политика управления оборотным капиталом»»». Принципы и методы операционного анализа, точка безубыточности, запас финансовой прочности, валовая маржа, эффект операционного рычага. Управление прибылью организации. Организация деятельности финансовой службы; содержание законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих и регламентирующих корпоративную финансовую деятельность. Сущность финансового планирования и прогнозирования. Виды финансовых планов, их содержание. Методы и модели прогнозирования основных финансовых показателей. Прогнозирование методом пропорциональной зависимости от объема продаж. Финансовая политика организации. Финансовый менеджмент в условиях инфляции. Банкротство и финансовая реструктуризация. Антикризисное управление.

## Маркетинг

Понятие, сущность и цели маркетинга. Происхождение и развитие термина «маркетинг». Этапы развития маркетинга. Концепция производственного маркетинга. Товарная концепция. Концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая). Концепция классического маркетинга. Социально-этический маркетинг. Задачи и функции маркетинга. Маркетинговая среда. Понятие маркетинговой среды. Микросреда маркетинга и ее составляющие. Значение макросреды маркетинга в деятельности предприятия. Основные категории маркетинга: нужда, потребность, запрос, рынок как централизованный обмен. Основы рыночной структуры: спрос и предложение. Конкуренция и маркетинг. Инструментарий маркетинга. Комплекс маркетинга (4Р). Матрица БКГ. Матрица Ансоффа. Модель конкурентных сил М. Портера. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). Товар в системе маркетинга. Товарные классификации. Основные этапы разработки нового товара. Товарная и марочная политика предприятия. Формирование ассортиментной политики. Сервис и гарантийное обслуживание. Маркетинговые исследования. Виды и назначение маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетингового исследования. Методы исследования и их виды. Виды и значение маркетинговой информации. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов. Первичная и вторичная информация. Система маркетинговой информации (МИС). Источники внешней вторичной информации (базы данных, отраслевые отчеты, государственная статистика). Понятие и сущность сегментации рынка. Критерии и методы сегментирования. Признаки сегментации для потребительских рынков (географические, демографические, психографические, поведенческие) и для рынков B2B. Принципы сегментации. Выбор целевого рынка. Понятие товарной ниши. Требования к эффективной сегментации (измеримость, доступность, емкость и др.). Стратегии выбора целевых сегментов. Позиционирование продукции: разработка стратегии позиционирования; методы позиционирования; построение карт восприятия (перцепционных карт) для анализа конкурентных позиций. Стратегии «охвата» сегментов рынка. Стратегические решения в товарной политике. Стратегии маркетинга, их особенности в России. Позиционирование товара. Понятие и сущность распределения продукции. Основные каналы товародвижения. Функции каналов распределения. Типы каналов: прямые, косвенные, многоуровневые. Участники каналов. Стратегии товародвижения. Организация систем сбыта. Инструменты торгового маркетинга: мерчендайзинг, акции для торговых точек, стимулирование торгового персонала. Цели, задачи и основные элементы политики распределения. Понятие канала распределения продукции. Процесс управления каналом: отбор посредников, мотивация, оценка деятельности,



разрешение конфликтов. Продвижение продукции. Сущность цены и ее роль как элемента конкурентной стратегии предприятия. Цели и методы ценообразования. Особенности ценообразования в маркетинге. Факторы, влияющие на политику цен предприятия. Системный подход к ценообразованию. Маркетинговые коммуникации, сущность, содержание и инструментарий. Основные виды и функции рекламы. Способы распространения рекламы, средства и носители рекламы. Формы активного продвижения товаров. Имидж в разработке фирменного стиля предприятия. Планирование и оценка эффективности рекламной кампании. Контроль в маркетинге. Постпродажное обслуживание и формирование лояльности. Структура и содержание маркетингового плана. Особенности маркетинга услуг и B2B-маркетинга. Тенденции развития маркетинга в цифровой среде.

### **Организационное поведение**

Организационное поведение: понятие, сущность и цели. Происхождение и развитие организационного поведения как научной дисциплины. Уровни анализа организационного поведения: индивидуальный, групповой, организационный. Методология исследования организационного поведения. Личность в организационном поведении: понятие и структура. Ценности, установки и их влияние на трудовое поведение. Восприятие и атрибуция в организационной среде. Принятие решений индивидом в организации. Мотивация: понятие, сущность и базовый процесс. Содержательные теории мотивации (А. Маслоу, К. Альдерфер, Ф. Герцберг, Д. Макклелланд). Процессуальные теории мотивации (В. Врум, Дж. С. Адамс, Э. Локк). Современные подходы к мотивации и практика их применения. Группа в организации: понятие, виды и стадии развития. Групповая динамика: структура и процессы. Феномен группомыслия и сдвиг риска. Эффективные команды: создание и управление. Лидерство и власть: понятие, сущность и различия. Источники власти (по Дж. Френчу и Б. Равену): законная, вознаграждающая, принуждающая, экспертная, референтная. Лидерство как процесс влияния. Классические теории лидерства: теория черт, поведенческие теории. Ситуационные теории лидерства (Ф. Фидлер, Херси-Бланшар, Врум-Яго). Современные концепции лидерства: трансформационное, харизматическое, служебное лидерство. Коммуникационный процесс в организации: сущность, элементы и модели. Модель Шеннона-Уивера. Вербальная и невербальная коммуникация. Барьеры коммуникации (семантические, психологические, организационные). Формальные и неформальные коммуникационные сети. Эффективная межличностная коммуникация и обратная связь. Коммуникации в эпоху цифровых технологий. Организационная культура: понятие, сущность и уровни (по Э. Шейну). Формирование, поддержание и изменение организационной культуры. Влияние национальной культуры на организационное поведение. Корпоративная социальная ответственность (КСО) и этика

организационного поведения. Конфликт в организации: понятие, типы и источники. Процесс развития конфликта. Стратегии управления конфликтами (по К. Томасу). Стресс в организационном поведении: причины, последствия и управление. Власть и влияние: сущность и тактики. Организационная политика: природа и причины. Манипуляции и контрманипуляции в организационной среде. Управление впечатлением. Организационная структура: понятие, элементы и типы. Влияние организационной структуры на поведение. Современные тенденции в организационном дизайне: виртуальные, сетевые, горизонтальные структуры. Управление изменениями в организации. Организационное развитие (ОР): сущность и ценности. Методы организационного развития. Оценка эффективности организационного поведения. Управление талантами и карьерой. Управление разнообразием в глобальной организации. Влияние цифровизации и искусственного интеллекта на организационное поведение. Поведенческая экономика и теория «подталкивания» в организационном контексте. Устойчивость и благополучие сотрудников.

### **3. Структура проведения вступительного испытания**

Вступительные испытания проводятся на русском языке.

Организация проводит вступительные испытания очно и (или) с использованием дистанционных технологий (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительных испытаний).

Вступительное испытание проводится в соответствии с утвержденным расписанием.

Подготовка и проведение вступительного испытания осуществляется экзаменационной комиссией, назначенной приказом ректора Университета.

Вступительное испытание проводится в форме теста.

Пример тестов для вступительного испытания см. в разделе 6 данной программы. Вариант теста для групп (потока) выдается председателю экзаменационной комиссии в день проведения испытания.

Продолжительность вступительного испытания 2 академических часа (90 мин).

Особенности проведения вступительного испытания для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья установлены правилами приема ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех».

На вступительное испытание поступающий должен прибыть с документом, удостоверяющим личность.

Работы поступающих оформляются на листах, выдаваемых экзаменационной комиссией (необходимое количество листов предоставляется экзаменационной комиссией). Возможно заполнение электронных бланков тестовых заданий.

На вступительном испытании **ЗАПРЕЩЕНО** использование справочной литературы и мобильных средств связи. Поступающему разрешается иметь при себе ручку с пастой синего цвета.

В случае, если кандидат не наберет минимального количества баллов, считается, что вступительное испытание он не сдал и в конкурсный список не включается. Передача вступительного испытания с целью повышения баллов не допускается.

Лица, не прошедшие вступительное испытание по уважительной причине (болезнь или иные обстоятельства, подтвержденные документально), допускаются к сдаче вступительного испытания в другой группе или в резервный день.

Результаты вступительного испытания объявляются на официальном сайте Университета не позднее третьего рабочего дня после проведения вступительного испытания.

По результатам вступительного испытания, проводимого Университетом самостоятельно, поступающий имеет право подать в организацию апелляцию о нарушении, по мнению поступающего, установленного порядка проведения вступительного испытания и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов вступительного испытания.

Правила подачи и рассмотрения апелляций устанавливаются Университетом.

#### **4. Критерии оценивания результатов вступительного испытания.**

##### **Шкалирование вступительного испытания**

Вступительное испытание, проводимое Университетом самостоятельно, проводится в форме теста.

Тест содержит 38 заданий, соответствующих содержанию программы.

Результаты вступительного испытания в форме тестирования оцениваются по 100-бальной шкале, где максимальный балл – 100, минимальный балл – 30.

За каждое правильное решение с 1 по 35 задание включительно начисляется по 2 (два) балла, за 36-38 задание – по 10 (десять) баллов.

По результатам вступительного испытания определяются баллы:

30-100 баллов – удовлетворительные результаты вступительного испытания.

0-29 баллов – неудовлетворительные результаты вступительного испытания.

#### **5. Список рекомендуемой литературы для подготовки к вступительному испытанию**

##### **Основная литература**

1. Гапонова, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Гапонова, Л. С. Данилова, Ю. Ю. Чилипенко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 480 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-369-01819-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2158054>. — Режим доступа: по подписке.

2. Дорофеев, В. Д. Менеджмент : учебное пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопал. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 328 с. +

Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1649. - ISBN 978-5-16-009538-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2186900>. – Режим доступа: по подписке.

3. Козлов, В. В. Менеджмент : учебник / В. В. Козлов. - Москва : КУРС, 2024. - 505 с. - ISBN 978-5-907352-49-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2191961>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература**

1. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018783-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2056806>. – Режим доступа: по подписке.

2. Гусаров, Ю. В. Теория менеджмента : учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005526-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2091934>. – Режим доступа: по подписке.

3. Пласкова, Н. С. Экономический анализ : учебник / Н.С. Пласкова, Н.А. Проданова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 324 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1069047. - ISBN 978-5-16-020113-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2158136>. – Режим доступа: по подписке.

### **Интернет ресурсы:**

1. Библиотека экономической и деловой литературы. – Режим доступа: <http://ek-lit.narod.ru/keynsod.htm>.

2. Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М. – Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

3. Журнал «Менеджмент сегодня» [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://grebennikon.ru/journal-6.html>

4. Журнал «Менеджмент и бизнес-администрирование» [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mba-journal.ru/>

5. Журнал «Управление персоналом» [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.top-personal.ru/>

6. Официальный сайт Всемирного банка [электронный ресурс]. [www.worldbank.org/eca/russian/](http://www.worldbank.org/eca/russian/)

7. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации [электронный ресурс]. Режим доступа: [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru)

8. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [электронный ресурс]. Режим доступа: [www.economy.gov.ru/mines.main](http://www.economy.gov.ru/mines.main)

9. Официальный сайт Министерства регионального развития Российской Федерации [электронный ресурс]. Режим доступа: [www.minregion.ru](http://www.minregion.ru)

10. Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]. Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

11. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [электронный ресурс]. Режим доступа: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

12. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

13. Электронно – библиотечная система РГГУ [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://elib.lib.rsuh.ru/>

Электронно – библиотечная система изд-ва «ЮРАЙТ» [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.biblioonline.ru/home.jsessionid=21417c2d5942f37005600585afac?0>

## 6. Демонстрационная версия вступительного испытания

Раздел 1. Теория менеджмента	Тест 1 Выберите правильный ответ Основателем школы научного управления является:	1. Э. Мэйо 2. А.Файоль 3. Ф.Тейлор
Раздел 2. Стратегический менеджмент	Тест 2 Выберите правильный ответ Какие подразделения являются лидерами рынка:	1. «Дойные коровы» 2. «Звезды» 3. «Трудные дети»
Раздел 3. Финансовый менеджмент	Тест 3 Вставьте пропущенное слово _____ показывает соотношение заемного и собственного капитала	Финансовый рычаг
Раздел 4. Организационное поведение	Тест 4 Выберите правильный ответ Результативность организационного поведения выражается в	1. восприятии цели и готовности к совместным усилиям 2. рациональности достижения цели 3. степени достижения

		общей цели
Раздел 5.Маркетинг	<p>Тест 5</p> <p>Вставьте пропущенное слово</p> <p>Процесс разделения рынка (потребителей) на однородные группы по определенным признакам называется _____</p>	Сегментация

**Разработчик:**

канд. экон. наук,  
доцент кафедры экономики  
и управления



Е.В. Трубачеев

**Заведующий кафедрой  
экономики и управления**  
канд. пед. наук, доцент



В.В. Фещенко

**Декан факультета  
экономики:**  
канд. юрид. наук, доцент



Р.М. Хакимов