

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГЭУ)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель приёмной
комиссии СПбГЭУ, ректор

 И.А. Максимцев

Программа вступительного
испытания

«Основы менеджмента»

для поступающих на первый курс по результатам вступительных
испытаний, проводимых университетом самостоятельно,
в 2026 году

Санкт-Петербург
2026

Пояснительная записка

Настоящая программа вступительного испытания по дисциплине «Основы менеджмента» сформирована на основе федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования. В содержание программы включен материал из основных разделов.

Цель вступительного испытания по «Основам менеджмента»: определить соответствие уровня подготовки поступающего по основам менеджмента требованиям стандарта для дальнейшего освоения образовательных программ высшего образования.

Описание вида контрольно-измерительных материалов

Вступительное испытание проводится по «Основам менеджмента» для поступающих в ФГБОУ ВО «СПбГЭУ» состоит из 40 тестовых вопросов одного уровня сложности по заданной программой темам. Результаты оцениваются по 100 - бальной шкале.

Форма вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в письменной форме с применением дистанционных технологий, в форме компьютерного тестирования с выбором варианта ответа.

Содержание программы вступительного испытания

Раздел 1. Менеджмент и менеджеры

Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современного производства. Менеджмент как наука. Цели и задачи менеджмента.

Менеджер: определение и уровни. Требования к современному менеджеру.

Раздел 2. Развитие управленческой мысли

Эволюция управленческой мысли. Основные подходы к менеджменту. Подходы на основе школ: школа научного управления, школа административного управления, школа поведенческих наук, школа количественных методов. Процессный подход, ситуационный подход, системный подход.

Раздел 3. Система методов управления

Понятие и характеристика методов управления: административные, экономические, социально-психологические.

Раздел 4. Внешняя и внутренняя среда организации.

Характеристика внешней и внутренней среды организации. Факторы внешней среды, их состав и влияние на деятельность организации. Факторы внутренней среды, их состав и влияние на деятельность организации.

Раздел 5. Функции менеджмента

Понятие и характеристика функций менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.

Планирование в системе менеджмента. Назначение планирования. Виды планирования: тактическое, стратегическое, бизнес-планирование. Технология стратегического планирования. Организационные структуры управления предприятием. Понятие и элементы организационных структур управления предприятием. Виды организационных структур управления.

Мотивация. Понятие и элементы мотивации. Теории мотивации.

Контроль и его виды. Понятие и назначение контроля.

Раздел 6. Коммуникации в менеджменте

Информация и коммуникация в менеджменте. Понятие и назначение коммуникация в менеджменте. Виды коммуникаций. Коммуникативный процесс и его элементы. Барьеры коммуникации.

Раздел 7. Управленческие решения

Виды управленческих решений. Технология принятия управленческих решений.

Раздел 8. Маркетинг и логистика

Функциональные области логистики. Основы управления цепями поставок. Классификация запасов. XYZ-анализ. Система KANBAN.

Функции маркетинга.

Рекомендованная литература

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471003>

2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469833>

3. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 448 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02995-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472002>

4. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с.

5. Логистика и управление цепями поставок : учебник для среднего профессионального образования / В.В. Щербаков [и др.] ; под ред. В.В. Щербакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 582 с.

Примеры экзаменационных заданий

1. Если менеджмент организации в состоянии предвидеть возникновение проблем и принять упреждающие меры то это:

- активный менеджмент
- реактивный менеджмент
- проактивный менеджмент
- нормальный менеджмент

2. К какой школе менеджмента относятся работы А. Файоля?

- Классическая школа менеджмента
- Школа человеческих отношений
- Количественная школа менеджмента
- Ни к одной из перечисленных

3. К каким методам менеджмента относится введение в действие приказа о правилах внутреннего распорядка?

- Социальным
 - Экономическим
 - Административным
 - Психологическим
4. Фактор внешней среды косвенного воздействия
- национальный менталитет
 - собственники
 - конкуренты
 - инвесторы
5. Основной задачей планирования является
- распределение ресурсов
 - распределение работ по исполнителям
 - оценка промежуточных результатов
 - определение полномочий и ответственности
6. Способом невербальной коммуникации является
- деловое письмо
 - телефонный разговор
 - личная беседа
 - одежда
7. Требование к управленческому решению
- иерархическая субординация
 - обоснованность
 - непрерывность
 - упорядоченность
8. Прямая функция менеджера по логистике:
- выбор транспорта
 - исследование рынка
 - реклама товара и услуг
 - разработка новых товаров