



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»

Autonomous noncommercial organization of higher education
«INTERNATIONAL UNIVERSITY IN MOSCOW»

ОДОБРЕНО

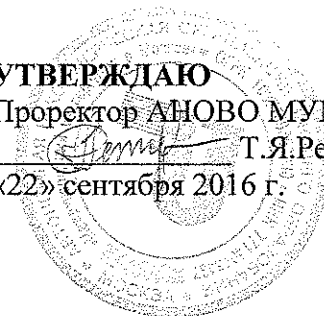
на заседании Учебно-методического совета
протокол № 6 от 22.09.2016г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор АНОВО МУМ

 Т. Я. Решетова

«22» сентября 2016 г.



**ПРОГРАММА
ТВОРЧЕСКОГО КОНКУРСА
ПО НАПРАВЛЕНИЮ 42.03.02 «ЖУРНАЛИСТИКА»
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В АНОВО МУМ В 2017 ГОДУ**

Москва 2016

Положение и программа творческого конкурса для поступления на программу обучения по направлению 42.03.02 «Журналистика»

Цель дополнительных вступительных испытаний творческой и профессиональной направленности – оценить знания абитуриента в области русского языка, умения излагать свои мысли, а также понять, насколько мотивировано желание абитуриента получить профессию журналиста, и оценить готовность его к овладению профессиональными компетенциями журналиста.

При поступлении на факультет журналистики Международного университета в Москве творческий конкурс является обязательным, помимо результатов трех ЕГЭ (русский язык, литература, обществознание).

Проверяемые способности, знания, умения и навыки:

- Осведомленность в новостной повестке дня
- Сфера интересов;
- Осведомленность о сфере медиакоммуникаций и коммуникационных технологиях;
- Готовность осваивать профессию
- Способность к самовыражению
- Осознанность в выборе профессии
- Навыки устной и письменной коммуникации.

Структура и содержание творческого конкурса

Дополнительные вступительные испытания состоят из двух этапов: **творческого собеседования** по профилю подготовки и **творческой работы** (написания эссе/сочинения) по одной из предложенных тем.

Творческий конкурс проводится в соответствии с расписанием вступительных испытаний.

К устному собеседованию допускаются все абитуриенты.

Абитуриенты, прошедшие собеседование, допускаются до написания творческого эссе.

Творческое эссе/сочинение оценивается по 100-бальной шкале.

Творческая работа

Письменный этап – это написание эссе/сочинения на одну из предложенных комиссией тем. Тематика, предложенная комиссией, определяется новостной повесткой дня и общими соображениями, связанными с возрастом, интересами абитуриентов. Темы, предлагаемые для написания творческих работ, составляются председателем приемной комиссии каждый год заново в нескольких комплектах и не должны сообщаться

абитуриентам до начала экзамена. Предлагаемые темы не связаны с каким-либо отдельным автором или произведением художественной литературы.

На написание творческой работы отводится три астрономических часа (180 минут), но при необходимости этот срок может быть увеличен. Использование каких-либо справочных источников и электронных средств коммуникации при написании сочинения не допускается.

Абитуриентам предлагается не менее шести тем сочинения на выбор. Абитуриент должен проявить свои:

- знания русского языка, умения писать грамотно, соблюдая правила пунктуации,
- способность выбрать нужный стиль изложения
- способность излагать свои мысли логично, последовательно, без скачков смысла.

Объем эссе – произволен; примерный рамки, в которые мы советуем уложиться: от 600 до 1200 слов.

Оценка за сочинения сообщается абитуриенту в течение двух дней.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ТВОРЧЕСКОЙ РАБОТЫ

- Молодежь в большом городе
- Мое любимое место на земле
- На кого похож журналист: сыщик, рассказчик... ?

Собеседование

Устный экзамен представляет собой творческое собеседование по профилю подготовки. Собеседование проводится индивидуально с каждым абитуриентом. Собеседование предполагает диалог председателя или заместителя председателя приемной комиссии по соответствующему направлению с абитуриентом. В ходе собеседования абитуриента просят объяснить почему он захотел/ла стать журналистом, какие именно журналистские практики привлекают внимание и интерес абитуриента, что он/она считает своими сильными сторонами, которые могли бы помочь им стать хорошими и успешными журналистами, какие успехи в школе могли бы им помочь в этом и т.п. Основная задача комиссии – выявить мотивированность выбора профессии, полноту представлений о журналистике и медиаотрасли; уровень социальной ориентированности абитуриента. Беседа проводится в свободной форме. Член приемной комиссии оценивает способность сформулировать и аргументировать свою точку зрения, изложить свою позицию, давать ясные и четкие ответы на поставленные вопросы.

Абитуриент может предоставить на собеседование свои творческие работы: журналистские публикации, дипломы и сертификаты о профильном обучении и участии в профильных (филологический профиль, история, обществознание) конкурсах, рекомендации от редакций, с которыми сотрудничал абитуриент (в том числе и от школьных изданий), фото- и видеоматериалы, дизайн-работы, в том числе вэб-дизайн.

Литературное творчество для рассмотрения НЕ ПРИНИМАЕТСЯ.

Список рекомендуемой литературы для подготовки к дополнительным вступительным испытаниям творческой направленности

1. Журналист: Ежемесячный журнал
2. Социальные коммуникации, ежемесячный журнал.
3. Рэндалл Дэвид. Универсальный журналист. М.: Международный центр журналистики, 1996. - 120 с.
4. Свитич Л.Г. Профессия – журналист. Изд. 3-е. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 256 с.
5. Шеремет П.Г. ТВ между иллюзией и правдой жизни. – М., 2009.



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»

Autonomous noncommercial organization of higher education
«INTERNATIONAL UNIVERSITY IN MOSCOW»

ОДОБРЕНО

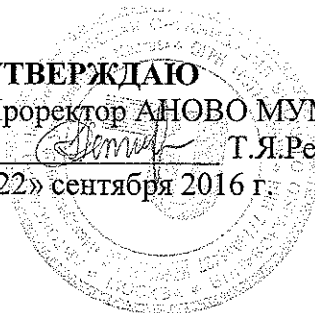
на заседании Учебно-методического совета
протокол № 6 от 22.09.2016г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор АНОВО МУМ

 Т.Я. Решетова

«22» сентября 2016 г.



ПРОГРАММА

**ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
КОМПЛЕКСНЫЙ ТЕСТ (МЕНЕДЖМЕНТ, ЭКОНОМИКА,
МАРКЕТИНГ)
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В АНОВО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
В МОСКВЕ» В 2017 ГОДУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
ПОДГОТОВКИ
38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Москва 2016

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**по подготовке к вступительным испытаниям для студентов,
поступающих на обучение по основной образовательной программе
высшего образования - программе магистратуры по направлению
38.04.02 «Менеджмент».**

Вступительные испытания для поступающих на программы магистратуры проводятся в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ФГОС 3+ по программам данного уровня подготовки. В соответствии с ФГОС 3+ вступительные испытания по программам магистратуры устанавливаются ВУЗом самостоятельно. В Высшей школе бизнеса и менеджмента Международного университета в Москве вступительные испытания по программам магистратуры по направлению 38.04.02 «Менеджмент» состоят из:

- Комплексного вступительного экзамена по специальности, проводимого в форме письменного теста.
- Тестирования уровня подготовки студентов по английскому языку.
- Собеседования.

Часть 1. Вступительный экзамен – комплексный тест по специальности

1. Комплексный вступительный тест по специальности состоит из трех разделов «Экономика», «Менеджмент», «Маркетинг», охватывающих основную проблематику профессиональной деятельности современного менеджера. Результаты теста позволяют судить о базовой профессиональной подготовке студентов, поступающих на программу магистратуры.
2. Итоговая оценка знаний слушателя является результирующей по комплексному вступительному тесту в целом. Максимальное количество баллов – 100.
3. В комплексном вступительном тесте использованы вопросы типа «тест» - выбор из предложенных вариантов.
4. При ответе на вопросы типа «тест» внимательно прочтите предложенные вопросы и варианты ответов и выберите (отметьте) верные с вашей точки зрения ответы.
5. Время, которое дается слушателю на выполнение теста, ограничено двумя академическими часами (1 час 20 мин.).

6. Результаты входного тестирования учитываются при составлении индивидуальных программ обучения, адаптированных к потребностям слушателей, к их уровням знаний, умений и навыков.

Вопросы для подготовки к вступительному экзамену (в форме письменного тестирования) в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент»

I. Экономика

- 1) Экономические категории, закономерности, законы.
- 2) Иерархия благ.
- 3) Потребности общества. Их виды. Проблема соотношения потребностей и ограниченности ресурсов и пути ее разрешения.
- 4) Ресурсы общества. Факторы производства: виды, взаимосвязь.
- 5) Заработная плата: сущность, формы, общие и специфические факторы формирования.
- 6) Экономический смысл МРОТ и прожиточного минимума.
- 7) Капитал: понятие, виды, кругооборот.
- 8) Определение инвестиций. Особенности инвестиций предприятий, государства, домашних хозяйств.
- 9) Накопление, сбережение, инвестиции, капиталовложения.
- 10) Разделение труда: понятие, предпосылки, виды, выгоды для участников.
- 11) Кривая производственных возможностей. Принятые допущения.
- 12) Понятие стоимости в экономической науке. Виды стоимости. Стоимость и цена. Закон убывающей предельной полезности благ.
- 13) Детерминанты (факторы) спроса и предложения.
- 14) Эластичность спроса и предложения по цене.
- 15) Принцип «невидимой руки» рынка Адама Смита: преимущества и недостатки, возможности и особенности его реализации в современной рыночной экономике.
- 16) Модели рынков (типы конкурентной среды) и их особенности. Монополии.
- 17) Понятие предпринимательства.
- 18) Классификация видов предпринимательской деятельности по формам собственности, с точки зрения иностранного участия, сфер деятельности, законности, новаторства, по числу участников.
- 19) Понятие прибыли и рентабельности.

- 20) Процесс воспроизводства: сущность, виды, стадии.
- 21) Суть экономического роста. Типы и факторы роста, а также его сдерживания.
- 22) Экономический цикл и его фазы.
- 23) Инфляция: сущность, причины, типы, темпы, измерение.
- 24) Безработица: сущность, виды, методы борьбы.
- 25) ВВП как основной макроэкономический показатель.
- 26) Деньги: этапы развития, функции, виды.
- 27) Монетаризм: представители, основные положения, уравнение темпов роста денежной массы Фридмана.

II. Менеджмент

- 1) Менеджмент: основные понятия и определения.
- 2) Основные школы менеджмента. Этапы эволюции науки управления.
- 3) «Школа научного управления» Ф.Тейлора.
- 4) «Классическая школа управления» А.Файоля.
- 5) «Школа человеческих отношений».
- 6) Функции управления.
- 7) Понятие организации и ее основные характеристики.
- 8) Внешнее окружение организации и ее внутренняя среда.
- 9) Система управления организацией и ее основные элементы (состав, структура и особенности).
- 10) Классификация организаций.
- 11) Организационная структура управления. Основные характеристики организационной структуры. Факторы, влияющие на построение организационных структур.
- 12) Основные типы организационных структур управления. Их характеристики и особенности.
- 13) Основные формы коммерческих и некоммерческих организаций.
- 14) Управленческое решение в системе управления и в деятельности менеджера.
- 15) Основные модели принятия управленческих решений. Характеристики управленческих решений (уровни и зона ответственности и др.).
- 16) Стратегический менеджмент. Понятие о стратегии компании, ее составляющие элементы, виды и формы.

- 17) Разработка и реализация стратегий (состав, этапы, контроль).
Факторы, определяющие стратегию компании и подходы к формированию стратегии. Управление изменениями.
- 18) Корпоративная культура организации и ее роль. Формирование культуры, благоприятствующей стратегии организации. Этика и социальная ответственность в системе корпоративной культуры современной компании.
- 19) Кадры управления. Место и роль кадров в системе управления.
- 20) Система работы с кадрами (требования к кадрам управления; подбор, расстановка, оценка; мотивация; развитие и повышение качества кадрового потенциала; планирование карьерного роста и др.)
- 21) Методы мотивации работников системы управления.
- 22) Лидерство и понятие стиля руководства.
- 23) Модели и характеристики различных стилей руководства.
Зависимость типа лидерства, стиля руководства от жизненного цикла организации.

III. Маркетинг

- 1) Концепции маркетинга.
- 2) Маркетинговая среда предприятия.
- 3) Понятие и критерии сегментации.
- 4) Понятие позиционирования.
- 5) Оценка конкурентной среды, конкурентных преимуществ, конкурентного позиционирования.
- 6) Понятие потребительской ценности товара.
- 7) Потребительские товары и товары производственного назначения. Формирование ассортимента товаров.
- 8) Товарный знак и его сущность.
- 9) Торговые посредники.
- 10) Основные этапы процесса коммуникации.
- 11) Базовые конкурентные стратегии М. Портера.
- 12) Определение и отбор целевых рынков.
- 13) Измерение потенциала рынка.
- 14) Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламной деятельности.
- 15) Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система.

- 16) Маркетинговая перспектива влияния на поведение потребителя. Механизм принятия потребителем решения
- 17) о покупке. Восприятие как основа механизма принятия решения о покупке.
- 18) Референтная группа и ее роль в формировании потребительских предпочтений.

Основная литература

1. А.А.Томпсон, А.Дж.Стрикленд. Стратегический менеджмент (Концепции и ситуации для анализа). Москва-Санкт-Петербург-Киев, Изд-во Вильямс, 2007 г.
2. А.Т. Зуб. Стратегический менеджмент – МГУ, Ф-т государственного управления, М., Из-во Проспект, 2007 г.
3. Абель Э., Бернанке Б. Макроэкономика. 5-е изд. – СПб, 2008.
4. Андреев С.Н. Некоммерческий маркетинг: учебное пособие. М.: Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
5. Б.В. Сорвилов. История экономических учений. – М.: Экзамен, 2008.
6. Блэкуэлл Р., Миниарт П., Энджел Дж. Поведение потребителей, 10-е издание – СПб.: Питер, 2009 г. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации, 2-е издание. – М.: Дело и сервис, 2011 г.
7. В.Д. Камаев. Экономическая теория: Учебник для студ. вузов. — М.: Владос, 2007
8. В.Р.Веснин. Основы менеджмента: учебник.-М.: 2003 г.
9. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика.- 8-е изд -СПб.: «Питер», 2010. — 208 с.
- 10.Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 2-х томах. – СПб.:«Экономическая школа», 2006.
- 11.Голубкова Е. Н., Сейфуллаева М. Э.. Международный маркетинг. М.: ДИС, 2008.
- 12.Громыко Г.Л., Иванов Ю.Н., Алексеев А.Р., Воробьев А.Н., Елаховский В.С. Экономическая статистика. —М.: ИНФРА-М. 2008.
- 13.Грязнова А.Г., Соколинский В.М. Экономическая теория. — М.: КНОРУС, 2008 г.
- 14.Е.Н.Кнышова, Менеджмент. М., Форум-Инфра-М, 2005 г.
- 15.И.Н. Герчикова. Менеджмент: Учебник для вузов. -4-е изд., М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006 г.

- 16.Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: стратегические решения: учебное пособие. / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
- 17.Интернет-маркетинг: учеб. пособие / А. А. Мешков, Ж. Б. Мусатова, М. Д. Твердохлебова, М. А. Горохов, Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
- 18.Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 13-е издание. СПб.: Питер, 2012.
- 19.Курс экономической теории. 6-е изд. Учебник / Под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. 2007 г.
- 20.Л.Г.Зайцев, М.И.Соколова. Стратегический менеджмент. М.: Экономистъ, 2007 г.
- 21.Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2011.
- 22.М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури. Основы менеджмента. М., Изд-во ДЕЛО, 2004 г.
- 23.Макроэкономика. Теория и российская практика: Учебник/ Под ред. А.Г.Грязновой и А.Ю.Юданова. – М.: «КноРус», 2004.
- 24.Макроэкономика: научные школы, концепции, экономическая политика: учебник/А.А.Никифоров, О.Н.Антипина, Н.А. Миклашевская; под общ. Ред. А.В.Сидоровича. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2010
- 25.Макроэкономика: учебник для бакалавров /А.В.Аносова, И.А.Ким, С.Ф.Серегина и др. ; подред. С.Ф. Серegiной.-2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013 - 521 с.
- 26.МалхотраНэреш К.. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-ое издание. – Вильямс, 2007.
- 27.Маркетинговые исследования: учебное пособие/ Скоробогатых И.И., Мешков А.А., Лопатинская И.В., Ефимова Д.М., Шишкин А.В. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
- 28.Менеджмент (под ред. Королева В.И.) – М., Гардарика, 2004 г.
- 29.Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
- 30.Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник /Под ред. А.Г.Грязновой и А.Ю.Юданова. – М.: «КноРус», 2004.
- 31.Мусатов Б.В., Мусатова Ж.Б. Маркетинговое планирование а аудит: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.

32. Мусатов Б.В., Мусатов Ж.Б. Экономический анализ маркетинговых решений: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
33. Основы менеджмента: Учебник/Егоршин А. П., 3-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
34. Портер М. Конкурентная стратегия: методы анализа отрасли и конкурентов. 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
35. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И., Цветкова А.Б., Хапенков В.Н., Федюнин Д.В. Интегрированные коммуникации. М.: изд-во Академия, 2014
36. Сейфуллаева М. Международный маркетинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
37. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг, 3-е издание – М.: Инфра-М, 2012.
38. Черчилль Г., Браун Т.. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007.
39. Экономическая теория: Учебник/ Под ред. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: «ИНФРА-М», 2006.
40. Макконнэлл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с англ., 17-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2009

Дополнительная литература:

1. В.И.Кнорринг. Основы искусства управления. М., Изд-во ДЕЛЮ, 2003 г.
2. В.Пшеников. Японский менеджмент. М. ЯПОНИЯ СЕГОДНЯ. 2000 г.
3. Д.Хасби. Стратегический менеджмент. М. Контур. 1998 г.
4. Дж. В.Ньюстром, Кейт Девис. Организационное поведение. СПб. ПИТЕР. 2000 г.
5. И.Ансофф. Стратегическое управление. М. Экономика. 1989 г.
6. К.Боумен. Основы стратегического менеджмента. М. ЮНИТИ. 1997 г.
7. Нильс Горан Ольве, Жан Рой, Магнус Ветгер. Оценка эффективности деятельности компании (практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей). Изд-во «Вильямс», 2003 г.
8. О.А.Ларичев. Теория и методы принятия решений. М. Логос. 2002.

9. О.С.Виханский, Наумов А.И. Менеджмент – М., Гардарика, 2003
- 10.Р. Акофф. Искусство решения проблем. М. Мир. 1982 г.
- 11.Смирнов Э.А. Основы теории организации. М.: ЮНИТИ. 1998 г. и
Смирнов Э.А. Теория организации (вопрос-ответ). М.: Инфра-М, 2002
г.
- 12.Стюарт Крейнер. Ключевые идеи менеджмента. (The ideas that
changed the world of management. Financial Times, Prentice Hall), М.,
Инфра-М, 2002 г.
- 13.Э.А. Смирнов. Разработка управленческих решений. М. ЮНИТИ. 2002
г.
- 14.Э.А. Смирнов. Теория организации. М. ИНФРА-М. 2002 г.
- 15.Эдгар Х.Шейн. Организационная культура и лидерство. СПб.
ПИТЕР. 2002 г.