

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»**

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Председатель приемной комиссии**

**Ректор**

**С. В. Беспалова**

**«20» января 2026 г.**



**Программа вступительного испытания**

**при приеме на обучение по программе магистратуры**

**по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент  
(Профиль: Управленческая деятельность в организациях)**

Разработчики программы:

Половян А. В. – зав. кафедрой менеджмента, д-р экон. наук, доцент.

Ибрагимхалилова Т. В., зав. кафедрой маркетинга и логистики, д-р экон. наук, доцент.

Некрасова О. Л. – зав. кафедрой международного бизнеса и делового администрирования, д-р экон. наук, доцент.

Дудник В. В. – доцент кафедры маркетинга и логистики, канд. экон. наук, доцент

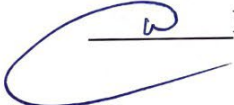
Комарницкая Е. В. – доцент кафедры менеджмента, канд. экон. наук, доцент.

Костина Т. В. – доцент кафедры международного бизнеса и делового администрирования, канд. экон. наук, доцент.

Воробьева Ю. С. – ст. преподаватель кафедры международного бизнеса и делового администрирования.

Программа утверждена на заседании Ученого совета экономического факультета от 18 декабря 2025 г., протокол № 10.

Декан экономического факультета,  
д-р экон. наук, доцент

 Ю.Н. Полшков

## Содержание

1. Общие положения и порядок проведения вступительного испытания	4
2. Основное содержание программы вступительного испытания	5
3. Образец экзаменационного билета	10
4. Шкала оценивания и минимальное количество баллов, подтверждающее успешность прохождения вступительного испытания	14
5. Список рекомендуемой литературы для подготовки к вступительному испытанию	15

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Программа вступительного испытания по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Управленческая деятельность в организациях) при приеме на обучение по программе магистратуры разработана на экономическом факультете ФГБОУ ВО «ДонГУ» в соответствии со следующими нормативными документами:

1. Порядок приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 27 ноября 2024 г. № 821 с последующими изменениями и дополнениями.

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952.

3. Правила приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в 2026 году.

4. Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Управленческая деятельность в организациях).

Цель вступительного испытания по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Управленческая деятельность в организациях) при приеме на обучение по программе магистратуры – выявить уровень овладения абитуриентами универсальными и профессиональными компетенциями бакалавра.

Задачи вступительного испытания:

- установить степень общетеоретических знаний в области экономики;
- определить уровень осведомленности относительно академических и прикладных возможностей экономической науки;
- определить склонности к научно-исследовательской деятельности;
- определить степень владения профессиональными компетенциями;
- определить степень готовности применять полученные знания и умения.

Формой вступительного испытания для поступающих в магистратуру является письменное тестирование, которое будет проходить очно и (или) с использованием дистанционных технологий.

## 2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Программа вступительного испытания по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Управленческая деятельность в организациях) составлена на основании следующих дисциплин общей профессиональной и профессионально-практической подготовки образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профили: Менеджмент; Маркетинг; Логистика; Международный бизнес): «Менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Финансовый менеджмент», «Операционный менеджмент», «Методы принятия управленческих решений», «Маркетинг», «Логистика», «Основы бизнеса», «Интеллектуальная собственность», «Корпоративная социальная ответственность».

Программа вступительного испытания сочетает в себе материал теоретического и прикладного содержания и носит межпредметный синтетический характер, направленный на всестороннее выявление знаний, навыков и умений абитуриентов в применении профессиональных функций, соответствующих направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Управленческая деятельность в организациях), к которым относятся аналитическая, плановая, организационная, учетно-статистическая, контрольная и информационная функции.

### **Менеджмент**

Понятие, сущность и содержание менеджмента. Предмет и объект менеджмента как науки. Организация как объект менеджмента. Понятие, общие признаки, формальная и неформальная организации. Организация как социотехнические системы. Внутренняя и внешняя среда организации и характеристика их элементов. Жизненный цикл организации, задачи менеджмента на каждом из этапов цикла. Исторические и социальные предпосылки формирования классической американской модели управления; ее характеристика. Исторические и социальные предпосылки формирования модели управления в крупных японских организациях; ее характеристика.

Понятие стратегии, характеристика стратегических альтернатив. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Рост и развитие. Слияния и поглощения как формы внешнего роста фирмы. Классификация и характеристика конкурентных стратегий предприятия (стратегии низких издержек, дифференциация, фокусирование). Метод оценки информации о внешней и внутренней среде (SWOT-анализ).

Содержание понятий «делегирование», «полномочия», «ответственность». Характеристика бюрократических, дивизионных, адаптивных организационных структур.

Понятие мотивации и содержание мотивационного процесса. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Понятие внутреннего и внешнего вознаграждения.

Технология разработки управленческих решений. Процедура и административные мероприятия, проводимые в процессе подготовки.

Виды контроля, условия его эффективности. Процесс управленческого контроля.

Коммуникации в управлении организацией. Характеристика коммуникационного процесса. Факторы, снижающие эффективность коммуникаций. Межличностные коммуникации и пути повышения их эффективности. Технология разработки управленческих решений. Процедура и административные меры, осуществляемые в процессе подготовки. Сущность и задачи ситуационного менеджмента.

Понятие влияния и власти в организации. Источники и формы власти. Эффективность стилей поведения руководителей.

### **Инновационный менеджмент**

Стадии жизненного цикла инноваций. Типы инновационного поведения фирмы. Последовательность выбора и реализации инновационных стратегий. Инновационные цели организации: понятие, формулировка, построение дерева целей. Показатели инновационной конкурентоспособности организации: затратные, временные, структурные. Инновационный потенциал организации: понятие, структура, подходы к оценке и измерению. Инновационный климат: понятие, структура внешней среды организации, анализ, оценка. Инновационная позиция организации. Формы малого инновационного предпринимательства в России. Инкубаторы бизнеса, их роль и формы поддержки предпринимательства и инноваций.

### **Стратегический менеджмент**

Сущность и содержание стратегического менеджмента. Этапы стратегического менеджмента. Формирование миссии фирмы и стратегических целей. Стратегический анализ внутренней и внешней среды. Стратегии фирм, их сущность и классификация. Портфельный анализ и портфельные стратегии. Подходы к формированию стратегических альтернатив. Стратегическое планирование. Бизнес-план как элемент стратегического планирования. Процесс реализации стратегии и стратегический контроль.

### **Финансовый менеджмент**

Роль и задачи финансового менеджмента. Функции субъекта и объекта финансового менеджмента. Информационное обеспечение финансового менеджмента. Методический инструментарий финансового менеджмента. Управление запасами на предприятии. Управление дебиторской задолженностью. Управление денежными средствами предприятия. Управление капиталом предприятия. Структура капитала предприятия, цена его элементов. Средневзвешенная цена капитала. Дивидендная политика предприятия. Управление долгосрочным заемным капиталом предприятия.

Управление краткосрочными обязательствами предприятия

### **Методы принятия управленческих решений**

Понятие, сущность и содержание управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям и условия их достижения. Качество управленческих решений. Процесс разработки, принятия и реализации управленческих решений. Технология принятия решений. Методы разработки управленческих решений. Принятие управленческих решений.

### **Операционный менеджмент**

Система приоритетов операционной стратегии. Разработка и ключевые элементы операционной стратегии производственного предприятия. Особенности операционной стратегии в сфере обслуживания. Влияние жизненного цикла на операционную стратегию. Определение месторасположения предприятия. Организация управления производственными процессами. Технологические и естественные процессы. Частные процессы. Длительность производственного цикла. Сокращение длительности производственного цикла. Совершенствование организации труда и производства. Ресурсное обеспечение операционной деятельности предприятия. Сущность и характеристики операционного процесса. Понятие, структура и продолжительность операционного цикла. Содержание технологической подготовки производства. Разработка продукта и выбор технологического процесса в производственной сфере. Проектирование услуг и выбор процесса обслуживания. Стратегическое планирование мощностей. Планирование трудового процесса и нормирование труда. Совокупное планирование. Управление закупками и материалами. Календарное планирование.

### **Маркетинг**

Сущность маркетинга и его современная концепция. Классификация маркетинга. Характеристики маркетинга. Маркетинговые исследования. Маркетинговая товарная политика. Маркетинговая ценовая политика. Маркетинговая политика сбыта. Маркетинговая политика продвижения. Организация и контроль маркетинга.

Система маркетинговых исследований. Маркетинговая информация, организация работы с поставщиками маркетинговой информации. Структура и процесс маркетинговых исследований. Методы сбора первичной информации. Определение емкости рынка и его сегментов. Исследование конъюнктуры рынка. Прогнозные исследования сбыта. Исследование конкурентной среды и конкурентов. Исследование поведения потребителей. Маркетинговые исследования внутренней среды предприятия. Маркетинговые исследования брендов. Маркетинговые исследования в сфере услуг.

Сущность цены как экономической категории и ключевые концепции цены. Формирование ценовой политики, система цен, их классификация и характеристика. Факторы маркетингового ценообразования. Методические подходы к ценообразованию в системе маркетинга. Ценообразование на различных типах рынков. Ценообразование в процессе жизненного цикла

товара. Диверсификация цен. Маркетинговые стратегии ценообразования. Риски в установлении цены (тарифа). Ценообразование брендов. Государственное регулирование цен.

Коммуникации в системе маркетинга. Стратегии и планирование маркетинговых коммуникаций. Рекламирование товара. Паблик рилейшнс. Стимулирование продаж товара. Реклама в местах продажи. Прямой маркетинг. Организация выставок и ярмарок. Персональная продажа товаров. Упаковка, как направление маркетинговой коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Спонсорство. Брендинг. Организация маркетинговых коммуникаций. Оценивание эффективности маркетинговых коммуникаций

### **Логистика**

Введение в логистику: понятийный аппарат и основы логистики. Концепция, принципы и функции логистики. Методологический аппарат логистики. Экономические потоки. Логистические операция и функция. Логистическая система и ее декомпозиция. Функциональные области логистики. Экономическое обеспечение логистики.

Принципы, цели и задачи логистики производства. Стратегии и функции логистики производства. Основные логистические концепции в логистике производства. Основные микрологистические системы управления производством. Логистическое обеспечение конкурентного потенциала производственного предприятия. Контроллинг в структуре логистического производства.

Логистика снабжения как функциональная область интегрированной логистики. Управление поставщиками. Управление закупками.

### **Основы бизнеса**

Бизнес в современной рыночной экономике. Предпринимательская фирма. Организационные основы бизнеса. Организация и регистрация предпринимательской фирмы. Реорганизация фирмы. Ликвидация фирмы. Банкротство. Конкуренция в системе бизнеса. Коммерческие сделки и контракты, особенности внешнеэкономического контракта. Инфраструктура бизнеса. Стратегия бизнеса. Бизнес-планирование в бизнесе.

### **Интеллектуальная собственность**

Система интеллектуальной собственности. Авторское право и смежные права. Патентные права и секреты производства. Средства индивидуализации: фирменные наименования, коммерческие обозначения, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров и географические указания. Распоряжение правами на объекты интеллектуальной собственности. Экономические аспекты использования интеллектуальной собственности.

### **Корпоративная социальная ответственность.**

Концепция корпоративной социальной ответственности. Стандартизация отношений социальной ответственности. Формирование отношений работодателей с работниками на принципах социальной ответственности. Противодействие коррупции. Ответственное управление

цепями поставок. Инструменты внешней социальной политики компании. Экологическая составляющая корпоративной социальной ответственности. ESG-трансформация как вектор устойчивого развития. Социальный аудит и нефинансовая отчетность компании.

### 3. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

УТВЕРЖДЕНО  
на заседании Ученого совета  
экономического факультета  
протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Председатель Ученого совета  
\_\_\_\_\_ Ю.Н. Полшков

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Экономический факультет**

Вступительное испытание по	направлению подготовки
ОП	магистратура
Форма обучения	очная, заочная
Направление подготовки/специальность	38.04.02 Менеджмент (Профиль: Управленческая деятельность в организациях)

**ВАРИАНТ № \_\_\_\_\_**

**1. Функции экологического менеджмента делят на 3 группы:**

- а) связанные с управлением процессами технологических инноваций, связанные с управлением региональной экологической обстановкой и связанные с формулированием целей и задач экологического менеджмента;
- б) связанные с управлением региональной экологической обстановкой, связанные с управлением запасами и связанные с экологическим образованием;
- в) связанные с управлением запасами, связанные с управлением процессами технологических инноваций и управление социодинамикой культуры;
- г) связанные с управлением социодинамикой культуры, связанные с улучшением условий международной торговли и связанные с размещением производства.

**2. Что такое риск?**

- а) - это деятельность, связанная с преодолением неопределённости в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой, имеется возможность качественно и количественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата неудачи;
- б) - это наличие факторов, при которых результаты действий не являются детерминированными, а степень возможного влияния этих факторов на результаты неизвестна;
- в) - это разновидность ситуации, объективно содержащая высокую вероятность невозможности осуществления цели.
- Г) - это деятельность, связанная определенностью в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели.

**3. Функция риска отвечает за поиск нетрадиционного решения стандартной проблемы, методы деятельности чаще других приводят к экономическому успеху – это**

- а) инновационная функция
- б) стимулирующая функция
- в) защитная функция
- г) мотивационная функция

**4. Какой принцип ПУР гласит о том, что «рациональное управление решением достигается тогда, когда им соответствует достаточная информационная база»?**

- а) принцип системности;
- б) принцип стандартизации;
- в) принцип оптимальной информированности;
- г) принцип автоматизма ПУР

**5. Какие решения позволяет принимать дескриптивный подход к ПУР?**

- а) интуитивные;
- б) инертные;
- в) рискованные;
- г) импульсивные

**6. Вид добровольного ведения бизнеса, удовлетворяющий экономическим, экологическим, социальным критериям:**

- а) корпоративная устойчивость
- б) корпоративная социальная восприимчивость
- в) бизнес-этика
- г) корпоративное гражданство

**7. Какое направление в ЭКГ-рейтинге репутации компаний скрывается за буквой «К»?**

- а) кадры;
- б) компетенции;
- в) качество;
- г) климат.

**8. В основе брендинга компании находится:**

- а) размер бюджета на рекламу
- б) количество сотрудников в компании
- в) зарегистрированный товарный знак
- г) материальные активы компании

**9. В чём состоит существо установления привилегий на результаты интеллектуального труда?**

- а) в закреплении права автора на единоличное использование предложенного им новшества, с одновременным ограничением срока монополии
- б) в закреплении права пользования тем или иным продуктом труда за конкретным владельцем
- в) в предоставлении владельцу привилегии возможности получить коммерческую выгоду от принадлежащих ему продуктов труда

**10. Отличительная черта предприятия, которое создается гражданином, от индивидуального предпринимателя:**

- а) необходимость разработки учредительных документов;
- б) использование средств и предметов труда для производства продукции;
- в) право заниматься предпринимательской деятельностью;
- г) все перечисленное в вариантах.

**11. Главная цель логистики как науки:**

- а) минимизировать общие затраты производства и распределения благ;
- б) снизить уровень запасов материальных ресурсов (МР);

- в) максимизировать прибыль от продажи готовой продукции (ГП);
- г) минимизировать инвестиции в логистическую инфраструктуру;
- д) максимизировать качество логистического сервиса.

**12. Какая логистическая система основана на логистической концепции «точно в срок»?**

- а) KANBAN;
- б) MRPI;
- в) MRPII;
- г) DRPI;
- д) DRP II;
- е) нет правильного ответа.

**13. Объектом изучения логистики являются?**

- а) материальные потоки;
- б) материальные потоки и связанные с ними информационные потоки;
- в) расходы на организацию передвижения материальных потоков.

**14. Главная задача управления закупками:**

- а) соблюдение бюджета закупок по объему, цене и срокам закупок;
- б) оптимизация уровня запасов материальных ресурсов на складе;
- в) доставка МР от поставщика с минимальными затратами;
- г) соблюдение требований производства к качеству МР;
- д) оформление заявок и заключение договора поставки МР.

**15. Интегрированная система организации производства «4С» не включает данный элемент:**

- а) своевременная закупка МР;
- б) своевременная сборка изделий;
- в) своевременная транспортировка ГП;
- г) своевременная продажа ГП;
- д) своевременный запуск МР в производство.

**16. Первой научно обоснованной концепцией маркетинга является:**

- а) товарная;
- б) географическая;
- в) производственная;
- г) социальная.

**17. Социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей как индивидов, так и групп, посредством создания, предложения и обмена товаров – это**

- а) маркетинг;
- б) менеджмент;
- в) управление предприятием;
- г) организация бизнеса;
- д) моделирование.

**18. Структура микросреды фирмы включает:**

- а) клиенты, поставщики, гос. органы, служба НИОКР;
- б) служба МТС, служба НИОКР, кредитно-финансовые органы, конкуренты;
- в) служба НИОКР, заказчики, служба МТС, бухгалтерия;

- г) финансовая служба, служба НИОКР, бухгалтерия, служба МТС, производство, служба маркетинга;
- д) налоговая служба, нотариальная контора, конкуренты.

**19. Разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга, это:**

- а) позиционирование товара на рынке;
- б) сегментирование рынка;
- в) выбор целевых сегментов рынка;
- г) реклама;
- д) продажа.

**20. Нарращивание ассортимента означает:**

- а) изменение характеристик товара в сторону улучшения их параметров;
- б) изменение характеристик товара в сторону снижения их параметров;
- в) расширение общего числа товаров;
- г) верны ответы а) и б);
- д) все ответы верны.

**21. Прочитайте текст и установите соответствие между термином и определением:**

Термин		Определение	
<b>А</b>	Менеджмент	1	Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели.
<b>Б</b>	Организация	2	Управление, координация совместной деятельности людей.
<b>В</b>	Горизонтальное разделение труда	3	Разделение единой работы на составные компоненты.
<b>Г</b>		4	Появление субъекта управления, отделение работы по координации от самой работы.

**22. Прочитайте текст и установите последовательность стадий жизненного цикла организации:**

1. Стадия спада
2. Стадия роста
3. Стадия зрелости
4. Стадия создания

**23. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:**

Вид ответственности		Характеристика	
<b>А</b>	Этико-правовая ответственность	1	Призыв к покупателям приобретать товары в рамках программ социально значимого маркетинга, который автоматически делает их участниками благотворительных акций
<b>Б</b>	Этико-экономическая ответственность	2	Характеризует компании экономически и юридически ответственные, допускающие неэтичное поведение, использующие законодательные и административные лазейки для получения экономической выгоды
<b>В</b>	Экономико-правовая ответственность	3	комплексное обязательство организации учитывать этические нормы и политические последствия своей деятельности, принимая решения с учетом интересов общества, окружающей среды и различных

			заинтересованных сторон.
		4	Характеризует деятельность, осуществляемую не из-за прямых экономических выгод, а на основании соблюдения законодательства и этических принципов

**24. Установите последовательность групп стейкхолдеров по степени их влияния на деятельность компании (от наименьшего к наибольшему):**

- 1) местные сообщества
- 2) клиенты
- 3) акционеры
- 4) поставщики

**25. Прочитайте текст и установите соответствие между основными категориями маркетинга и их сущностью.** К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Категория маркетинга		Сущность категории	
А	Нужда	1	Все, что может удовлетворить потребность и предлагается рынку для обмена (продажи) с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления
Б	Потребность	2	Испытываемое индивидуумом чувство нехватки чего-либо, необходимости чего-то.
В	Запрос	3	Совокупность существующих (реальных) и возможных (потенциальных) покупателей товаров
Г	Продукт	4	Специфическая форма удовлетворения нужды, соответствующая культурному уровню, личности индивида, стереотипам его поведения и восприятия
		5	Потребность, подкрепленную покупательной способностью

**26. Прочитайте текст и установите последовательность**

Жизненный цикл товара – это процесс развития продаж товара и получения прибыли, состоящий из последовательных стадий:

- 1) Этап зрелости
- 2) Этап упадка
- 3) Этап выведения товара на рынок
- 4) Этап роста

**27. Прочитайте текст и установите соответствие**

Установите соответствие между концепциями бизнеса и их характеристикой.

К каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

	Характеристика		Концепции бизнеса
А	Суть состоит в том, что бизнес понимается как общественно-полезная деятельность людей, осуществляемая в порядке личной инициативы, целью которой является производство товаров и услуг для других людей	1	Позитивная
Б	Сущность концепции состоит в том, что бизнес рассматривается как явление неизбежное в контексте развития общества,	2	Критическая
В	Бизнес в этой концепции трактуется как основное содержание экономики. Поэтому он является типичной	3	Прагматическая

	чертой жизни людей в целом		
Г	Эта концепция бизнеса исходит из того, что бизнес - это деятельность людей, направленная на получение доходов или прибыли.		
Д	Ради дохода бизнесмен готов использовать любые приемы поведения		

### 28. Прочитайте текст и установите последовательность

Этапы получения лицензии для ведения предпринимательской деятельности включают.

Определите и выпишите верную последовательность прохождения этих этапов.

1) Обращение в лицензирующий орган, ответственный за выдачу лицензий на выбранный вид деятельности.

2) Определение вида деятельности, для которого требуется лицензия.

3) Подача документов и оплата госпошлины.

4) Получение лицензии, если принято положительное решение.

5) Рассмотрение документов и принятие решения о выдаче лицензии или отказе в ней.

6) Сбор необходимых документов, включая заявление о выдаче лицензии, копии учредительных документов, документы, подтверждающие оплату госпошлины и соответствие лицензионным требованиям.

### 29. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите для каждого понятия из левой колонки соответствующую ему сущность из правой колонки.

Понятие		Сущность понятия	
А	Снижение затрат на транспортировку	1	Географическое расположение склада относительно клиентов и поставщиков.
Б	Выбор подходящего склада для хранения товаров	2	Использование множества поставщиков для минимизации рисков срыва поставок.
В	Применение системы "just-in-time"	3	Оптимизация цепочки поставок с целью обеспечения своевременности доставки товаров.
Г	Оптимизация цепочки поставок	4	Применение системы "just-in-time" для сокращения запасов и ускорения процессов.
		5	Удовлетворение потребности клиентов, что способствует созданию лояльности и повторным покупкам.

### 30. Прочитайте текст и установите последовательность

Установите правильную последовательность этапов логистического процесса. Нумеруйте этапы от 1 до 4, начиная с первого. Этапы:

1) Организация транспортировки товаров

2) Прогнозирование спроса

3) Управление запасами

4) Обработка заказов

Председатель приемной комиссии

С. В. Беспалова

Председатель экзаменационной комиссии

Ю. Н. Полшков

Год поступления 2026

#### **4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ И МИНИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ, ПОДТВЕРЖДАЮЩЕЕ УСПЕШНОСТЬ ПРОХОЖДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Испытание проводится в форме письменного тестирования. Билет содержит 30 тестовых заданий 2-х уровней сложности (20 заданий базового уровня и 10 заданий повышенного уровня), подготовленных в соответствии с программой вступительного испытания в магистратуру.

Продолжительность письменного экзамена – один академический час (60 минут). Отсчет времени начинается после заполнения титульного листа ответов.

При выполнении заданий абитуриентам запрещается пользоваться учебниками и средствами связи. Разрешается использовать непрограммируемые калькуляторы.

В каждом билете сочетается материал теоретического и прикладного характера с задачами, призванными выявить умение абитуриента использовать категориальный аппарат, методы данного направления подготовки, а также осуществлять соответствующие расчеты.

За каждое правильно выполненное задание начисляется:

- задание базового уровня сложности – 3 балла;
- задание повышенного уровня сложности – 4 балла.

Максимальное количество баллов – 100 баллов.

Соотношение национальной и 100-балльной оценочных шкал представлено в следующей таблице:

Оценка по национальной шкале	Сумма баллов по 100-балльной шкале
Отлично	90-100
Хорошо	75-89
Удовлетворительно	60-74
Неудовлетворительно	0-59

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешность прохождения вступительного испытания, – 60 баллов.

## 5. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

1. Александров, О.А. Логистика: учебное пособие/ О.А. Александров. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 217 с.
2. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса: учебник / Э.А. Арустамов. – 4-изд., стер. – М.: Дашков и К°, 2019. – 230 с.
3. Багиев, Г.Л. Маркетинг: для бакалавров и специалистов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва [и др.]: Питер, 2012. – 556 с.
4. Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – М.: Омега-Л, Эльга, 2017. – 1330 с.
5. Божук, С.Г. Корпоративная социальная ответственность: учебник для вузов / С.Г. Божук, В.В. Кулибанова, Т.Р. Тэор. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 226 с.
6. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 320 с.
7. Вертиль, Н.Н. Менеджмент: учебное пособие / под общ. ред. И.В. Гришиной. – Донецк, ГОУ ВПО «ДОННУ», 2021. – 444 с.
8. Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский. – М.: Экономистъ, 2010. – 607 с.
9. Годин, А.М. Маркетинг: учебник / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 656 с.
10. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 474 с.
11. Григорьев, М.Н. Логистика. Продвинутый курс / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 472 с.
12. Егоршин, А.П. Основы менеджмента: Учебник для вузов / А.П. Егоршин. – Н. Новг.: НИМБ, 2018. – 320 с.
13. Жарова, А.К. Интеллектуальное право. Защита интеллектуальной собственности: учебник для вузов / А.К. Жарова; под общей редакцией А.А. Стрельцова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 379 с.
14. Ибрагимхалилова, Т.В., Дудник, В.В. Основы маркетинга в схемах и таблицах: учебное пособие/ Т.В. Ибрагимхалилова, В.В. Дудник. – Донецк: ДонНУ, 2017. – 215 с.
15. Коргова, М.А. Менеджмент. Управление организацией. / М.А. Коргова. – М.: Юрайт, 2019. – 198 с.
16. Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие для студентов укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00

- Экономика и управление / сост.: О.Л. Некрасова, Ю.С. Воробьева. – Донецк: ДонГУ, 2024. – 180 с.
- 17.Кравец, Е.О. Проектный менеджмент: учебно-методическое пособие / Е.О. Кравец. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 145 с.
  18. Логистика: учебное пособие / сост. Т.В. Ибрагимхалилова. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 105 с.
  19. Маркетинг: учебно-методическое пособие/ сост. Т.В. Ибрагимхалилова, В.В. Дудник, М.П. Калиниченко, Я.О. Молохова. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 248 с.
  20. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю.В. Морозов. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Дашков и К°, 2006. – 146 с.
  - 21.Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с.
  - 22.Стратегический менеджмент: учебное пособие/ А.В. Половян, Н.Н. Вертиль. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2020. – 151 с.
  - 23.Стратегический менеджмент: планирование, контроллинг, учет рисков под ред. А.Н. Петрова. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2017. – 495 с.
  - 24.Чейз, Р.Б., Ф. Джейкобз, Р., Аквилано, Н.Дж. Производственный и операционный менеджмент / Р.Б. Чейз, Ф. Джейкобз Р., Н.Дж Аквилано. – М.: Вильямс, 2010. – 691 с.
  - 25.Щербакова, Н.А. Оценка бизнеса: учебное пособие/ Н.А. Щербакова; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018.