

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛЕСОТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.М. КИРОВА»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности

 /Н.В. Беляева/
(подпись) (И.О. Фамилия)

« 10 » января 20 26 г.

ПРОГРАММА
вступительных испытаний

по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(код, наименование направления подготовки)

направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг»

Согласовано:

Директор института лесного бизнеса и инноватики

 / А.Н. Панотин /
«20» января 20 26 г.

Руководитель образовательной программы

 /О.А. Полянская/
«20» января 20 26 г.

Ответственный секретарь приемной комиссии

 /Л.Я. Громская /
«20» января 20 26 г.

Составители:

 / И.Н. Иготти /
 / В. Н. Татаренко /
 / О.А. Полянская /

Санкт-Петербург
2026 г.

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг» разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – (уровень магистратура) по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 952, Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказа Минобрнауки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» и в соответствии с рабочими программами дисциплин по данному направлению подготовки Университета.

1. Общие требования

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и основной профессиональной образовательной программы магистратуры по подготовке 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг».

Вступительное испытание в магистратуру предназначено для определения теоретической и практической подготовки поступающего к выполнению профессиональных задач, установленных федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг».

Прием и зачисление на обучение по программе магистратуры за счет бюджетных ассигнований проводится на конкурсной основе из числа поступающих, которые имеют высшее образование, наиболее способные и подготовленные, а также с учетом индивидуальных достижений.

При приеме на обучение результаты вступительного испытания, проводимого СПбГЛТУ самостоятельно, оценивается по 100-балльной шкале.

Вступительное испытание проводится на русском языке и состоит из двух частей: экзаменационных билетов и портфолио. Максимальное количество баллов – 100 баллов. Из них 75 баллов – это письменный ответ на вопросы из билета и 25 баллов – это портфолио.

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

Экзаменационный билет состоит из трех вопросов. Ответ на каждый вопрос оценивается в 25 баллов.

Портфолио состоит из нескольких элементов и оценивается следующим образом:

– наличие у поступающего научных статей, за каждую статью, индексируемых в РИНЦ, в соавторстве – 3 балла, без соавторства 5 баллов, индексируемых в Scopus (Web of Science) – в соавторстве 5 баллов, без соавторства 8 баллов, максимальный балл по статьям не может превышать 13 баллов;

– средний балл диплома выше 4,5 – 5 баллов;

– максимальный балл за мотивационное письмо – 7 баллов.

Не предусматривается проведение вступительного испытания на иностранном языке, а также с использованием дистанционных технологий (кроме специальных распоряжений).

Во время проведения вступительного испытания их участникам запрещается иметь при себе и использовать средства связи. Участники вступительного испытания могут иметь при себе и использовать справочные материалы и электронно-вычислительную технику, разрешенные правилами приема, утвержденные СПбГЛТУ. При нарушении поступающим во время проведения вступительного испытания правил приема, утвержденных СПбГЛТУ, уполномоченные должностные лица вправе удалить его с места проведения вступительного испытания с составлением акта об удалении.

Результаты вступительного испытания объявляются на официальном сайте и на официальном стенде при проведении письменного вступительного испытания не позднее третьего рабочего дня после проведения вступительного испытания. По результатам вступительного испытания, поступающий (доверенное лицо) имеет право подать в апелляционную комиссию апелляцию о нарушении, по мнению поступающего, установленного порядка проведения вступительного испытания и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов вступительного испытания.

Поступающий в магистратуру должен
знать:

- основные понятия, категории и инструменты менеджмента и маркетинга;
- содержание функций менеджмента и их место в процессе управления организацией;
- маркетинговую среду;
- основные концепции маркетинга;
- основы стратегического маркетинга;
- основные маркетинговые решения в товарной, ценовой и коммуникативной политике;
- законы, общие черты и классификацию организаций;

уметь:

- принимать организационно-управленческие решения в области менеджмента, маркетинга;
- анализировать информацию, необходимую для принятия решения по элементам менеджмента, маркетинга;
- грамотно использовать инструментарий менеджмента и маркетинга;

- выполнять PEST- анализ, SWOT-анализ.

владеть:

- навыками оценки условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений;
- навыками анализа внешних источников для принятия решения.

Критерии и шкала оценивания вступительного испытания

Вступительное испытание проводится на русском языке и состоит из двух частей: экзаменационных билетов и портфолио. Максимальное количество баллов – 100 баллов. Из них 75 баллов – это письменный ответ на вопросы из билета и 25 баллов это портфолио.

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

Экзаменационный билет состоит из трех вопросов. Ответ на каждый вопрос оценивается в 25 баллов.

При оценивании проводится соответствие ответа поставленному вопросу; полнота и развернутость ответа на вопрос; наличие или отсутствие в ответе ошибок по содержанию; логика ответа на вопрос; правильность и уместность использования терминологии дисциплины; использование в ответе примеров из практики, схем, рисунков; грамотность ответа.

Критерии и шкала оценивания приводятся в таблице 1.

Таблица 1

Вопрос	Критерии					Всего
	1	2	3	4	5	
1	4-8	4-8	4-8	4-8	4-8	20-40
	1-4	1-4	1-4	1-4	1-4	5-20
	0	0	0	0	0	0
2	3-6	3-6	3-6	3-6	3-6	15-30
	1-2	1-2	1-2	1-2	1-2	5-10
	0	0	0	0	0	0
3	3-6	3-6	3-6	3-6	3-6	15-30
	1-2	1-2	1-2	1-2	1-2	5-10
	0	0	0	0	0	0

Критерий 1 – полнота изложения материала:

6-10 баллов – полный, исчерпывающий ответ на вопрос;

1-5 баллов – представлены отдельные аспекты рассматриваемой проблемы;

0 баллов – не раскрыта проблема, обнаруживаются пробелы в знаниях абитуриента.

Критерий 2 – владение специальной терминологией:

6-10 баллов – при ответе грамотно использована специальная терминология и категориальный аппарат;

1-5 баллов – абитуриент испытывает незначительные трудности при подборе терминов;

0 баллов – абитуриент не владеет специальной терминологией.

Критерий 3 – логичность изложения материала:

6-10 баллов – абитуриент логично излагает материал при ответе на вопрос;

1-5 баллов – абитуриент представляет ответ вне логического плана, но определяет логику ответа по просьбе экзаменатора;

0 баллов – в ответе на вопрос абитуриент затрудняется в установлении логики изложения материала.

Критерий 4 – владение основной и дополнительной научной литературой, рекомендованной программой:

6-10 баллов – абитуриент знаком с основной и дополнительной литературой, рекомендованной программой;

1-5 баллов – абитуриент знаком с основной литературой (учебниками, учебными пособиями), рекомендованной программой;

0 баллов – абитуриент не ориентируется в обязательном минимуме учебников.

Критерий 5 – грамотное оформление ответа:

6-10 баллов – грамотное оформление ответа, отсутствие ошибок при ответе на вопрос;

1-5 баллов – в ответе на вопрос допущены ошибки, незначительные по количеству;

0 баллов – в ответе на вопрос допущены значительные ошибки.

Портфолио состоит из нескольких элементов и оценивается следующим образом:

– наличие у поступающего научных статей, за каждую статью, индексируемых в РИНЦ, в соавторстве – 3 балла, без соавторства 5 баллов, индексируемых в Scopus (Web of Science) – в соавторстве 5 баллов, без соавторства 8 баллов, максимальный балл по статьям не может превышать 13 баллов;

– средний балл диплома выше 4,5 – 5 баллов;

– максимальный балл по эссе (мотивационному письму) – 7 баллов.

Минимальное необходимое для поступления количество баллов – 50, максимально возможное – 100.

Конкурсный отбор проводится по числу баллов, полученных претендентом на вступительном испытании. В случае одинакового количества набранных баллов у поступающих, приемная комиссия рассматривает и учитывает индивидуальные достижения, дополнительные документы и обстоятельства:

- выписку из протокола ГЭК по защите выпускной квалификационной работы претендента с рекомендацией для поступления в магистратуру;
- заверенный список публикаций поступающего;
- дипломы и грамоты поступающего о призовых местах на олимпиадах, конкурсах, сертификаты об участии студенческих научных конференций по профильным дисциплинам и др.

ТРЕБОВАНИЯ

к содержанию и оформлению мотивационного письма

При поступлении в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинг» поступающий пишет одно мотивационное письмо.

Мотивационное письмо должно быть написано **на языке реализации образовательной программы**. Если программа реализуется на русском и иностранном языке, мотивационное письмо пишется на русском языке.

Содержание мотивационного письма:

- сведения о профессиональной подготовке / деятельности соискателя, которая может быть полезна при обучении по избранной программе магистратуры, сведения об успехах и достижениях в избранной области;
- аргументированное указание причин выбора данной образовательной программы магистратуры СПбГЛТУ, доказательство заинтересованности в обучении на данной образовательной программе;
- перспективы / планы использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Объем мотивационного письма и его оформление

Объем мотивационного письма – не более 1 страницы формата А4.

Текст печатается шрифтом Times New Roman прямого начертания, кегль (размер) шрифта 12, междустрочный интервал – 1.5. Первая строка абзаца печатается со стандартным отступом (15-17 мм). Поля: левое – 30 мм; правое – 10 мм; верхнее – 15 мм; нижнее – 20 мм.

Критерии оценивания

Критерии	Балл
1. Аргументированное обоснование выбора образовательной программы	от 0 до 2
2. Аргументированное обоснование выбора обучения в СПбГЛТУ	от 0 до 1
3. Наличие указаний на компетенции, которые поступающий намерен приобрести в результате обучения	от 0 до 1

4. Указание на академические и практические достижения поступающего	от 0 до 3
5. Другие сведения и характеристики, которые поступающий на программу сочтет необходимыми (практический опыт, базовое образование, индивидуальные способности и увлечения)	от 0 до 1
6. Указание перспектив применения полученных знаний в будущей профессиональной деятельности	от 0 до 1
7. Соблюдение требований к оформлению	от 0 до 1
Максимальный балл	7

2. Основные разделы программы

Раздел 1. Теория менеджмента

Раздел 2. Маркетинг

Контролируемые темы по разделу 1

Теория менеджмента

1. Понятие и сущность менеджмента.
2. Взаимодействие субъекта и объекта в процессе управления.
3. Взаимодействие организации с внешней средой.
4. Цели в менеджменте. Методика построения «дерева целей».
5. Общие функции менеджмента. Содержание и взаимосвязь функций в процессе менеджмента.
6. Составляющие технологии менеджмента.
7. Коммуникации в менеджменте.
8. Характеристики и основные виды организационных структур управления предприятием.
9. Содержание и инструменты методов менеджмента
10. Понятие и содержание стиля руководства.
11. Система «Организационного поведения», ее цели и задачи.
12. Базовые модели менеджмента в рамках авторитарного и поддерживающего подходов к менеджменту.
13. Концептуальные модели (парадигмы) «Организационного поведения».
14. Стереотипы поведения работников организации.
15. Групповая динамика в организации.
16. Взаимодействие человека и группы в организации.
17. Групповое поведение в организации.
18. Коммуникативное поведение в организации.
19. Источники и виды власти в менеджменте.
20. Понятие и сущность лидерства.

Список рекомендуемой литературы по разделу 1

Основная:

1. Цветков, А. Н. Теория менеджмента / А. Н. Цветков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 344 с. — ISBN 978-5-507-46545-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/310286> — Загл. с экрана.
2. Семенов, А. К. Теория менеджмента : учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 492 с. — ISBN 978-5-394-03696-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277568> - Загл. с экрана.
3. Свиридова, Г. Б. Теория менеджмента : учебное пособие / Г. Б. Свиридова. — Самара : Самарский университет, 2022. — 184 с. — ISBN 978-5-7883-1720-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/336653> - Загл. с экрана.
4. Репина, О. М. Теория менеджмента : учебное пособие / О. М. Репина, Н. Ю. Судакова. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2020. — 206 с. — ISBN 978-5-8158-2201-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/170668> - Загл. с экрана.
5. Блинов, А. О. Теория менеджмента : учебник / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 304 с. — ISBN 978-5-394-03550-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277565> - Загл. с экрана.
6. Демчук, О. Н. Теория организации : учебное пособие / О. Н. Демчук, Т. А. Ефремова. — 4-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 262 с. — ISBN 978-5-9765-0699-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/232538> - Загл. с экрана.

Дополнительная:

1. Долгов, А. И. Теория организации : учебное пособие / А. И. Долгов. — 5-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 224 с. — ISBN 978-5-9765-0106-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277808> - Загл. с экрана.
2. Басенко, В. П. Организационное поведение : учебное пособие / В. П. Басенко, Б. М. Жуков, А. А. Романов. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 384 с. — ISBN 978-5-394-03559-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277397> - Загл. с экрана.
3. Теория и практика менеджмента: инструментальное обеспечение управленческой деятельности : учебник / под редакцией М. В. Хайруллиной, А. А. Борисовой. — Москва : Проспект, 2021. — 646 с. — ISBN 978-5-392-34774-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/280943> - Загл. с экрана.

Контролируемые темы по разделу 2 Маркетинг

1. Основные функции маркетинга: формирование товарного предложения, ценообразование, сбыт и распределение, организация коммуникаций
2. Позиционирование как совокупность мероприятий по обеспечению конкурентоспособности товара на рынке
3. Сегментация вширь и сегментация вглубь
4. Назначение матрицы БКГ (BCG - Boston Consulting Group) и ее два базовых параметра
5. Назначение матрицы GE (General Electric) и ее два параметра, определяющих пространство координат
6. Интеграция как одна из базовых стратегий роста фирмы
7. Интеграция назад как вариант интегративной стратегии с целью защиты источников снабжения фирмы
8. Товарный комплекс фирмы и его образующие: номенклатура, ассортимент, сервис, гарантии
9. Дифференциация и инновация как инструменты товарной политики фирмы
10. Понимание клиента как главная составляющая в оценке потребителем качества оказанной услуги
11. Традиционная сбытовая структура и независимость участников сбытовой сети
12. Использование прямого канала сбыта при возможности предложить потребителю полный ассортимент
13. Использование интенсивного сбыта для товаров импульсной покупки
14. Стимулирование посредников и стратегия "вталкивания"
15. Игнорирование зависимости между спросом и ценой как главный недостаток цен, исчисляемых от издержек
16. Установление в момент входа на рынок цены ниже уровня издержек и агрессивная ценовая стратегия
17. Интенсивная рекламная кампания как обеспечение наибольшей частоты контакта с целевой аудиторией
18. Информационная реклама как способ дать знания потребителю о товаре или услуге
19. Кабинетные исследования как способ использования вторичной информации в маркетинговых исследованиях
20. Основные преимущества паритетного метода формирования бюджета маркетинга

Список рекомендуемой литературы по разделу 2

Основная:

1. Веснин, В.Р. Менеджмент в вопросах и ответах. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Проспект, 2015. — 176 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/54854> — Загл. с экрана.
2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. – М.: Дашков и К°, 2014, -656 с. /<http://e.lanbook.com>

3. Нуралиев С.У. Маркетинг: Учебник. – М.: Дашков и К°, 2016, -362 с.
[/http://e.lanbook.com](http://e.lanbook.com)

4. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: теория и практика: Монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 410 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/94032> — Загл. с экрана.

Дополнительная:

1. Секерин, В.Д. Основы маркетинга. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2013. — 232 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53506> — Загл. с экрана