

Олимпиада для студентов и выпускников – 2016 г.

Методические рекомендации по направлению «Менеджмент»

Профили:

«Маркетинг»

«Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе»

«Стратегическое и корпоративное управление»

«Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации»

«Управление человеческими ресурсами»

«Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

Олимпиада по направлению «Менеджмент» проводится в рамках отдельных магистерских программ (профилей): «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе», «Стратегическое и корпоративное управление», «Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации», «Управление человеческими ресурсами», «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме».

Участник олимпиады сообщает о своем намерении выполнять работу по профилю конкретной магистерской программы *в момент электронной регистрации*.

Участникам олимпиады предлагается для выполнения одно письменное творческое задание. На выполнение творческого задания отводится 3 (три) астрономических часа (180 минут). Творческое задание оценивается по 100-балльной шкале.

Творческое задание представляет собой *научную статью на английском языке* по профилю конкретной магистерской программы с вопросами для размышления.

В ходе выполнения творческого задания участник олимпиады должен прочитать предложенную научную статью (в том числе, намеренно содержащую спорные суждения, точки зрения, неточные выводы и т.п.) и, на основании сформулированных к статье вопросов для размышления, сделать ее критический анализ, дать свое *обоснованное и аргументированное оценочное суждение в письменном виде на русском языке*.

Важно помнить, что сформулированные к статье вопросы для размышления не являются вопросами-заданием, на которые участнику олимпиады необходимо ответить. Они именно определяют, но *не ограничивают*, направления для размышления в рамках критического анализа материала и проблем статьи.

Выполнение творческого задания предполагает использование понятий, теорий и концепций, входящих в *Раздел 2 «ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ДИСЦИПЛИНЫ»* Программы вступительного экзамена по менеджменту для поступающих в магистратуру факультета менеджмента НИУ ВШЭ (<http://ma.hse.ru/data/2015/01/29/1106135307/Менеджмент.pdf>).

При подготовке к олимпиаде *особое внимание* следует уделить изучению дисциплин, соответствующих профилю выбранной участником олимпиады магистерской программы (см. таблицу).

Олимпиада для студентов и выпускников – 2016 г.

Профиль магистерской программы	Дисциплины, соответствующие профилю магистерской программы	Основная ¹ литература
Маркетинг	Маркетинг	1. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. – М.: «ИД Вильямс», 2012. 2. Ламбен Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб: Питер, 2011. 3. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: «Вильямс», 2007.
Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе	Маркетинговые коммуникации	1. Перси Л., Элиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний. – М.: ИД Гребенникова, 2008. 2. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. 3. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб: Питер, 2001. 4. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы. – М.: Эксмо, 2005. 5. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. – М.: Эксмо, 2008. 6. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2010. 7. Fill С. Marketing Communications. Interactivity, Communities and Content. Pearson Education, 2008.
Стратегическое и корпоративное управление	Стратегическое управление Основы корпоративного управления	1. Пособие по корпоративному управлению: в 6 т. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 2. Томпсон А.А.-мл., Стрикленд А.Дж. III. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12-е издание. – М.: Вильямс, 2007. 3. Аакер Д.А. Стратегическое

¹ Список дополнительной литературы см. в разделах по соответствующим дисциплинам в Программе вступительного экзамена по менеджменту для поступающих в магистратуру факультета менеджмента НИУ ВШЭ (<http://ma.hse.ru/data/2015/01/29/1106135307/Менеджмент.pdf>).

Олимпиада для студентов и выпускников – 2016 г.

		<p>рыночное управление. – СПб: Питер, 2011.</p> <p>4. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – СПб: Питер, 2009.</p> <p>5. Коллис Д.Дж., Монтгомери С.А. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.</p> <p>6. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. – М. Альпина Паблишер, 2012.</p> <p>7. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации. – М.: «Дело», 2008.</p> <p>8. Ambrosini, V., Johnson, G., Scholes, K. (Eds.) Exploring techniques for analysis and evaluation of strategic management. London: Prentice Hall Europe, 1998.</p> <p>9. Sanchez, R., Heene, A., Thomas, H. (Eds.) Dynamics of competence-based competition. London: Elsevier, 1996.</p> <p>10. Porter, M.E. Competitive strategy. New York: Free Press, 1980.</p>
<p>Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации</p>	<p>Управление проектами</p>	<p>1. Алешин А.В., Аньшин В.М., Багратиони К.А. и др. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / Под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013.</p> <p>2. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г., Полковников А.В. Управление проектами. – М.: Омега-Л, 2009.</p> <p>3. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами. – М.: ДМК Пресс, 2006.</p> <p>4. Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов (National Competence Baseline, NCB SOVNET 3.0). Ассоциация управления проектами COBHET, 2010.</p> <p>5. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Fifth Edition (RUSSIAN). Project</p>

Олимпиада для студентов и выпускников – 2016 г.

		Management Institute, 2014.
Управление человеческими ресурсами	Теория организаций Управление персоналом Организационное поведение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дафт Р. Теория организации. – М.: Юнити, 2006. 2. Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 2013. 3. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. – СПб: Питер, 2012. 4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. 5. Armstrong M., Taylor S. Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. 13th edition. Kogan Page, 2014. 6. Роббинз С.П. Основы организационного поведения. – М.: Вильямс, 2006. 7. Лютенс Ф. Организационное поведение. – М.: ИНФРА-М, 1999.
Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме	Исторические основы менеджмента, функции менеджмента, подходы в менеджменте Маркетинг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дафт Р. Менеджмент. – СПб: Питер, 2012. 2. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Д. Основы маркетинга. – М.: ИД «Вильямс», 2012. 3. Материалы, размещённые на страницах магистерской программы «Экономика впечатлений менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма» в социальных сетях: <ol style="list-style-type: none"> а) https://www.facebook.com/pages/Experience-Economy-Hospitality-and-Tourism-Management-HSE-Moscow/498129256910790?ref=bookmarks б) http://vk.com/club50339975

Однако для получения высших оценок за олимпиадное задание *рекомендуется не ограничиваться* изучением только профильных дисциплин.

Например, успешно справиться с олимпиадным заданием, в котором рассматриваются проблемы маркетинговых коммуникаций (дисциплина профиля магистерской программы «Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе»), будет невозможно без знания основ маркетинга (дисциплина профиля магистерской программы «Маркетинг»), а с заданием, в котором рассматриваются

Олимпиада для студентов и выпускников – 2016 г.

вопросы стратегии и политики управления человеческими ресурсами (дисциплина профиля магистерской программы «Управление человеческими ресурсами»), – без знания основ стратегического управления (дисциплина профиля магистерской программы «Стратегическое и корпоративное управление») и т. д.

Ответ (критический анализ научной статьи) должен быть хорошо структурированным, логически последовательным и аргументированным.

При выполнении творческого задания участники олимпиады должны продемонстрировать не только понимание текста статьи, широту знаний соответствующих понятий, теорий, концепций, практических подходов, методов и технологий, но и глубину их понимания, умение грамотно оперировать ими, анализировать их взаимосвязь, а также логически связано и аргументировано излагать свою точку зрения, делать выводы, давать критическую оценку.

Важными характеристиками «отличного» ответа на творческое задание должны являться умение излагать свои мысли в тексте в стилистике научных работ, а также владение методами научной аргументации. Приветствуются ссылки на монографии, профессиональные источники и литературу, их цитирование, а также практические примеры.

Для освоения специальной англоязычной терминологии по менеджменту см.:

Сычева Л.В. Словарь менеджера (Manager's vocabulary): пособие для изучающих «деловой английский». – М.: Издательство ГУ-ВШЭ, 2003.

Городецкая Е.Я., Евсюкова Е.Н., Курылева Л.А. Деловой английский язык для менеджеров: Учебное пособие. – М.: ПРОСПЕКТ, 2015.

Колесникова Н.Н., Данилова Г.В., Девяткина Л.Н. Английский язык для менеджеров = English for Managers. – М.: Академия, 2014.

Также рекомендуется посмотреть научные статьи в англоязычных печатных и электронных изданиях, соответствующих профилю выбранной участником олимпиады магистерской программы. Базы данных зарубежной периодики см. на <http://library.hse.ru/e-resources/e-resources.htm#journals>.

Для понимания современных подходов и методов исследования в менеджменте см.: *Браймен А., Белл Э. Методы социальных исследований. Группы, организации и бизнес.* – Харьков: Издательство «Гуманитарный центр», 2012.

Во время выполнения олимпиадного задания участникам разрешается пользоваться англо-русским словарем (но *только печатным изданием*, а не электронным).