

**Методические рекомендации  
по направлению «Менеджмент»**

**Профили:**

«Маркетинг» (код – 140)

«Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе» (код – 141)

«Стратегии развития бизнеса: управление и консалтинг» (код – 142)

«Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации»  
(код – 143)

«Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» (код – 145)

Олимпиада по направлению «Менеджмент» проводится в рамках отдельных магистерских программ (профилей): «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе», «Стратегии развития бизнеса: управление и консалтинг», «Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации», «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 на образовательные программы магистратуры по направлению «Менеджмент» НИУ ВШЭ

(<https://ma.hse.ru/data/2017/10/24/1157648467/Программа%20вступительного%20экзамена%20по%20менеджменту.pdf>).

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

**Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2018 г.**

Профиль магистерской программы	Дисциплины, соответствующие профилю магистерской программы	Основная <sup>1</sup> литература
Маркетинг	Маркетинг	1. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. – М.: ИД «Вильямс», 2016. 2. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. – М.: Эксмо, 2011. 3. Ламбен Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб: Питер, 2011. 4. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Вильямс, 2015.
Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе	Маркетинговые коммуникации	1. Перси Л., Элиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний. – М.: ИД Гребенникова, 2008 (или Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб: Питер, 2001). 2. Романов А.А., Синяева И.М., Поляков В.А. Маркетинговые коммуникации. – М.: Инфра-М, 2016. 3. Аакер Д. Аакер о брендинге: 20 принципов достижения успеха. – М.: Эксмо, 2016. 4. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Маркетинговые коммуникации. – СПб: Питер, 2017 (или 2018). 5. Российский рекламный ежегодник – 2016. – М.: РАР, 2017. <a href="http://www.akarussia.ru/node/637">http://www.akarussia.ru/node/637</a> 6. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Вильямс, 2015. 7. Fill C. Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation. Pearson, 2013 (или более позднее издание).

<sup>1</sup> Список дополнительной литературы см. в разделах по соответствующим дисциплинам в Программе вступительного экзамена по менеджменту для поступающих на образовательные программы магистратуры по направлению «Менеджмент» НИУ ВШЭ (<https://ma.hse.ru/data/2017/10/24/1157648467/Программа%20вступительного%20экзамена%20по%20менеджменту.pdf>).

<p>Стратегии развития бизнеса: управление и консалтинг</p>	<p>Стратегическое управление Основы корпоративного управления</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. – СПб: Питер, 2008.</li> <li>2. Томпсон А.А.-мл., Стрикленд А.Дж. III. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12-е издание. – М.: Вильямс, 2007.</li> <li>3. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление. – СПб: Питер, 2011.</li> <li>4. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – СПб: Питер, 2009.</li> <li>5. Коллис Д.Дж., Монтгомери С.А. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.</li> <li>6. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. – М. Альпина Паблишер, 2012.</li> <li>7. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации. – М.: Дело, 2008.</li> <li>8. Фай Л., Рэнделл Р. Курс МВА по стратегическому менеджменту. – М.: Альпина Паблишер, 2007.</li> <li>9. Ambrosini, V., Johnson, G., Scholes, K. (Eds.) Exploring techniques for analysis and evaluation of strategic management. London: Prentice Hall Europe, 1998.</li> <li>10. Hill, C.W.L., Jones, G.R., Schilling, M.A. Strategic Management: Theory: An Integrated Approach, 11th Edition. Cengage Learning, 2015.</li> </ol>
<p>Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации</p>	<p>Управление проектами</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г., Полковников А.В. Управление проектами. – М.: Омега-Л, 2009.</li> <li>3. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами. – М.: ДМК Пресс, 2006.</li> </ol>

**Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2018 г.**

		<p>4. Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов (National Competence Baseline, NCB SOVNET 3.0). Ассоциация управления проектами СОБНЕТ, 2010.</p> <p>5. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Sixth Edition (RUSSIAN). Project Management Institute, 2017.</p>
<p>Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме</p>	<p>Менеджмент Маркетинг</p>	<p>1. Дафт Р. Менеджмент. – СПб: Питер, 2015.</p> <p>2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: ИД «Вильямс», 2015.</p> <p>3. Материалы, размещённые на страницах магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» в социальных сетях:</p> <p>а) <a href="https://www.facebook.com/pages/Experience-Economy-Hospitality-and-Tourism-Management-HSE-Moscow/498129256910790?ref=bookmarks">https://www.facebook.com/pages/Experience-Economy-Hospitality-and-Tourism-Management-HSE-Moscow/498129256910790?ref=bookmarks</a></p> <p>б) <a href="http://vk.com/club50339975">http://vk.com/club50339975</a></p>

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») 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 связно 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

## Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2018 г.

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.

Список литературы для подготовки к экзамену по английскому языку для поступающих на образовательные программы магистратуры по направлению «Менеджмент»  
НИУ ВШЭ  
(<https://ma.hse.ru/data/2015/02/20/1090809963/Список%20литературы%20для%20подготовки%20по%20англ.языку.pdf>).

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 *общим* (не специализированным) англо-русским словарем, но *только печатным изданием*, а не электронным.