

**Методические рекомендации
по направлению «Менеджмент»**

Профили:

«Маркетинг»

«Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе»

«Стратегии развития бизнеса: управление и консалтинг»

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

«HR-аналитика»

«Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

Олимпиада по направлению «Менеджмент» проводится в рамках отдельных магистерских программ (профилей): «HR-аналитика», «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-заданиями, на которые участнику олимпиады необходимо ответить. Они именно определяют, но *не ограничивают*, направления для размышления в рамках критического анализа материала и проблем статьи.

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

Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2019 г.

| Профиль магистерской программы | Дисциплины, соответствующие профилю магистерской программы | Основная литература |
|--------------------------------|--|--|
| HR-аналитика | 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. Попова Е.П., Решетникова К.В. Теория организации. – М.: Юрайт, 2016. 4. Армстронг М., Тейлор С. Практика управления человеческими ресурсами. – СПб: Питер, 2018. 5. Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. 6. Armstrong M., Taylor S. Armstrong’s Handbook of Human Resource Management Practice. 14th edition. Kogan Page, 2017. 7. Балабанова Е.С. Организационное поведение. Курс на российской «Национальной платформе открытого образования»: Электронный ресурс. https://openedu.ru/course/hse/ORGBH/ 8. Лютенс Ф. Организационное поведение. – М.: ИНФРА-М, 1999. 9. Роббинз С.П. Основы организационного поведения. – М.: Вильямс, 2006. 10. Robbins S.P., Judge T.A. Organizational behavior. 18th edition. Boston: Pearson, 2018. |
| Маркетинг | Маркетинг | <ol style="list-style-type: none"> 1. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. – М.: ИД «Вильямс», 2016. 2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер, 2016. 3. Ламбен Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб: Питер, 2017. 4. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Вильямс, 2016. 5. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. |

Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2019 г.

| | | |
|--|---|---|
| | | <p>Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley, 2017.</p> <p>6. Ryan D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page, 2017.</p> |
| Маркетинговые коммуникации и реклама в современном бизнесе | Маркетинговые коммуникации | <p>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).</p> <p>2. Романов А.А., Синяева И.М., Поляков В.А. Маркетинговые коммуникации. – М.: Инфра-М, 2016.</p> <p>3. Аакер Д. Аакер о брендинге: 20 принципов достижения успеха. – М.: Эксмо, 2016.</p> <p>4. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Маркетинговые коммуникации. – СПб: Питер, 2017 (или 2018).</p> <p>5. Российский рекламный ежегодник – 2017. – М.: РАР, 2018. http://www.akarussia.ru/node/637</p> <p>6. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Вильямс, 2015.</p> <p>7. Fill C., Turnbull S. Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations. Pearson, 2016 (или Fill C. Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation. Pearson, 2013).</p> |
| Стратегии развития бизнеса: управление и консалтинг | Стратегическое управление Основы корпоративного управления | <p>1. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. – СПб: Питер, 2008.</p> <p>2. Томпсон А.А.-мл., Стрикленд А.Дж. III. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12-е издание. – М.: Вильямс, 2007.</p> <p>3. Аакер Д.А. Стратегическое 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> |

Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2019 г.

| | | |
|--|---------------------------------|--|
| | | <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. Фай Л., Рэнделл Р. Курс МВА по стратегическому менеджменту. – М.: Альпина Паблишер, 2007.</p> <p>9. Ambrosini V., Johnson G., Scholes K. (Eds.) Exploring techniques for analysis and evaluation of strategic management. London: Prentice Hall Europe, 1998.</p> <p>10. Hill C.W.L., Jones G.R., Schilling M.A. Strategic Management: Theory: An Integrated Approach, 11th Edition. Cengage Learning, 2015.</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 СОВНЕТ, 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</p> |

Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2019 г.

| | | |
|--|--|---|
| | | в индустрии гостеприимства и туризме» в социальных сетях: 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 вопросы стратегии и политики управления человеческими ресурсами (дисциплина профиля магистерской программы «HR-аналитика»), – без знания основ стратегического управления (дисциплина профиля магистерской программы «Стратегии развития бизнеса: управление и консалтинг») 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.

Список литературы для подготовки к экзамену по английскому языку для поступающих на образовательные программы магистратуры по направлению

Олимпиада НИУ ВШЭ для студентов и выпускников – 2019 г.

«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.