


Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Всероссийская академия внешней торговли  
Министерства экономического развития Российской Федерации»

Факультет внешнеторгового менеджмента

«Утверждаю»  
Проректор по учебной работе  
  
Анисимова Т.В.  
« 20 » января 2026 г.

## Программа вступительного испытания

Комплексный междисциплинарный экзамен

Направление подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Направление подготовки: 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»

(очная форма обучения)

Обсуждено и представлено к утверждению  
на заседании кафедры менеджмента и маркетинга  
протокол № 5 от 23.12.2025 г.

Заведующий кафедрой  /Королев В.И.

Москва

2026 г.

**Разработчики программы:**

Научный руководитель магистратуры Международный бизнес,

зав. кафедрой менеджмента и маркетинга, д.э.н. Королев В.И.

доцент кафедры менеджмента и маркетинга, к.э.н. Зинцова М.В.

доцент кафедры мировой и национальной экономики, к.э.н. Старостина У.Я.

доцент кафедры финансов и ВКО, к.э.н. Лущик Л.В.,

доцент кафедры мировой и национальной экономики, к.э.н., Ахмадулина Т.В.

## Содержание

Общая характеристика программы.....	4
Формат вступительного испытания.....	4
Содержание вступительного испытания.....	4
Критерии оценивания вступительного испытания.....	9
Литература.....	10
Образец заданий вступительного испытания.....	12

## **1. Общая характеристика**

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлениям подготовки 38.04.02 Менеджмент, профили «Международный бизнес», «Международный маркетинг в цифровой среде», «Логистика во внешнеэкономической деятельности» и 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, профиль «Международное предпринимательство и GR» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлениям подготовки 38.04.02 Менеджмент и 38.04.04 Государственное и муниципальное управление. Магистратура по направлениям подготовки 38.04.02 Менеджмент и 38.04.04 Государственное и муниципальное управление предназначена для выпускников российских и зарубежных вузов, имеющих высшее образование. Для поступления в магистратуру опыт профессиональной и/или управленческой деятельности не требуется. Прием в магистратуру осуществляется на конкурсной основе. Программа вступительного испытания в магистратуру по направлениям подготовки 38.04.02 Менеджмент и 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (далее – Программа) регламентирует цель, содержание и порядок проведения вступительного испытания.

Цель вступительного испытания – выявить готовность поступающего для обучения по направлениям подготовки 38.04.02 Менеджмент, профили «Международный бизнес», «Международный маркетинг в цифровой среде», «Логистика во внешнеэкономической деятельности» и 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, профиль «Международное предпринимательство и GR».

## **2. Формат вступительного испытания**

Вступительное испытание в магистратуру **проводится очно** во Всероссийской академии внешней торговли с применением дистанционных образовательных технологий в виде междисциплинарного теста. Вступительный междисциплинарный тест состоит из пяти блоков:

Блок 1. Основы менеджмента и стратегический менеджмент: вопросы № 1-7, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный

Блок 2 Маркетинг: вопросы № 8 - 18, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный.

Блок 3. Экономическая теория: вопросы № 19 - 23, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный.

Блок 4. Мировая экономика: вопросы № 24 - 27, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный.

Блок 5. Финансы и международные финансы: вопросы № 28 - 31, на которые нужно написать правильный ответ.

На выполнение вступительного испытания в магистратуру отводится **1 час 10 минут**.

## **3. Содержание вступительного испытания в магистратуру**

Основные темы и вопросы, которые нужно освоить абитуриентам при подготовке к вступительному испытанию в магистратуру, сгруппированы по блокам и представлены ниже. В конце каждого блока приведены актуальные источники литературы.

### **Основы менеджмента**

#### **1. Содержание менеджмента и его значение**

Управление и менеджмент. Предпосылки и условия возникновения менеджмента, этапы его эволюции. Особенности менеджмента в современной России. Актуальные проблемы менеджмента. Тенденции развития менеджмента. Школы менеджмента. Функции менеджмента. Модели мотивации. Факторы внешней и внутренней среды компании.

## **2. Система планов фирмы**

Алгоритм планирования. Стратегическое и оперативное. Структурное планирование, программное планирование, процессное планирование. Бизнес-планирование.

## **3. Типы организационных структур управления**

Линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная структуры. Условия их применения, особенности, недостатки и преимущества. Матричные и дивизиональные структуры управления.

## **Стратегический менеджмент**

### **4. Стратегический менеджмент: содержание, факторы развития**

Концепция стратегического менеджмента. Определение стратегического управления. Преимущества стратегического подхода к управлению. Сущность стратегии и ее место в организации работы фирмы.

### **5. Основные этапы разработки стратегии фирмы**

Процесс разработки стратегии. Миссия организации. Постановка целей и задач. Виды целей и их взаимосвязь. Особенности задач. Анализ среды организации. Методы анализа среды организации. Определение основных элементов среды. Выявление наиболее значимых элементов. Основные корпоративные стратегии. Формулировка стратегии организации.

### **6. Конкурентная стратегия как форма развития внешнеэкономической организации.**

Конкурентные преимущества компании. Конкурентная среда компании. Основные конкурентные стратегии и их особенности. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Стратегии роста компании. Тактика ведения конкурентной борьбы. Особенности и проблемы конкуренции на внешнем рынке

### **7. Стратегия осуществления деятельности фирмы на внешнем рынке**

Внешний рынок и его место в развитии фирмы. Организация выхода фирмы на внешний рынок. Товарные стратегии на внешнем рынке. Особенности использования конкурентных стратегий на внешнем рынке. Пути совершенствования работы фирмы на внешнем рынке

## **Маркетинг**

### **8. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга**

Спрос как форма проявления потребностей. Оценка ёмкости рынка. Исходные идеи маркетинга: нужда, потребность, мотивация. Основные функции маркетинга: аналитическая, товарно-производственная, сбытовая, коммуникационная, организационная. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, демаркетинг. Концепции маркетинга. Социальная ответственность маркетинга.

## **9. Сегментирование и выбор целевых рынков**

Понятие о сегментировании рынка и его принципах. Уровни сегментирования рынка. Этапы процесса сегментирования. Понятие о целевом рынке. Оценка сегментов рынка. Маркетинговые стратегии для отдельных сегментов рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Признаки сегментирования. Критерии оценки сегмента. Особенности сегментирования внешних рынков. Методы сегментации. Позиционирование товара и фирмы. Карты позиционирования. Основания для позиционирования. Ошибки позиционирования. Репозиционирование.

## **10. Организация маркетинговых исследований**

Виды и направления маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований и их особенности. Методы маркетинговых исследований. Методы анализа маркетинговой информации. Сущность и виды маркетинговой информации. Этапы процесса маркетинговых исследований.

## **11. Товарная политика**

Понятие товарной политики. Классификация товаров. Специфика торгового ассортимента. Параметры торгового ассортимента. Маркетинговый подход к формированию торгового ассортимента. Маркетинговый подход к созданию нового товара. Понятие «товар рыночной новизны». Конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара. Цели и задачи маркетинговой деятельности с учетом ЖЦТ. Товарный знак. Упаковка как инструмент маркетинга. Маркировка. Фирменный стиль. Понятие бренда.

## **12. Ценовая политика**

Маркетинговый подход к формированию ценовой политики предприятия. Факторы, влияющие на установление цен. Ценовая политика и методы ценообразования. Методика формирования цены. Стратегии ценообразования.

## **13. Сфера распределения**

Понятие каналов распределения. Структура каналов распределения. Управление каналами распределения. Критерии выбора каналов распределения. Посредники при распределении. Вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы распределения. Виды каналов распределения: прямые и косвенные.

## **14 Коммуникативная политика**

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): ATL, BTL, TTL, цифровые. Основные задачи, принципы и методы ИМК. Планирование и определение эффективности маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшнз и спонсорство. Методы стимулирования продаж. Преимущества и недостатки личных продаж. Прямой маркетинг. Выставки и ярмарки как вид коммуникаций в маркетинге. Товарный знак и его использование в целях рекламы.

## **15. Планирование маркетинга**

Планирование маркетинга как одна из функций управления маркетингом. Этапы планирования маркетинга: сводка основных целей и рекомендаций, изучение текущей маркетинговой ситуации, перечень опасностей и возможностей, формулировка задач и проблем, стратегии маркетинга, программы действий, бюджеты, порядок контроля.

## **16. Принципы организации маркетинговых служб в торговых организациях**

Место службы маркетинга на предприятии. Роль маркетинг-директора на фирме. Принципы организации маркетинговых служб. Основные типы маркетинговых служб: функциональные; региональные; товарные и пр.

### **17. Оценка, контроль и аудит (ревизия) маркетинга**

Виды контроля в маркетинге: контроль исполнения годовых (оперативных) планов, прибыльности операций предприятия, оценка позиций предприятия на целевых рынках и др. Оценка маркетинговых усилий в достижении стратегических целей предприятия. Внутренний и внешний виды аудита (ревизии) маркетинга, преимущества и недостатки этих видов аудита (ревизии) маркетинга

### **18. Особенности маркетинга услуг**

Понятие услуг, их отличие от товаров. Характеристики услуг: неосвязаемость, неразрывность, неспособность к хранению, изменчивость качества производства и потребления. Классификация услуг.

## **Экономическая теория**

### **19. Особенности совершенной конкуренции, монополии и монополистической конкуренции.**

Понятие рыночной структуры. Совершенная конкуренция и ее признаки. Спрос на продукцию конкурентной фирмы. Цели фирмы. Определение оптимального объема выпуска фирмы в условиях совершенной конкуренции. Решение конкурентной фирмы о закрытии производства в краткосрочном периоде. Решение фирмы о выходе на рынок в долгосрочном периоде. Монополия и монополия власть. Спрос на продукцию монополии и предельный доход монополиста. Максимизация прибыли монополистом. Экономические последствия монополии. Антимонопольное законодательство. Причины существования естественных монополий. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Основные черты олигополии.

### **20. Национальное производство и его измерение**

Основные макроэкономические показатели. Валовой внутренний продукт и три способа его измерения. «Утечки» и «инъекции» в макроэкономическом кругообороте. Номинальный и реальный ВВП. Дефлятор ВВП. Валовой национальный доход, валовой национальный располагаемый доход. Динамика основных макроэкономических показателей.

### **21. Денежно-кредитная (монетарная) политика: понятие и инструменты**

Денежные агрегаты и их особенности в России. Двухуровневая банковская система. Задачи и функции Центрального банка. Основные инструменты монетарной политики. Роль Центрального банка в проведении денежно-кредитной политики.

### **22. Бюджетно-налоговая (фискальная) политика макроэкономического регулирования**

Государственный бюджет: сущность, структура, экономическая роль. Формирование доходной и расходной частей государственного бюджета. Способы финансирования бюджетного дефицита. Виды бюджетно-налоговой политики: стимулирующая и сдерживающая. Дискреционная и недискреционная фискальная политика.

### **23. Нестабильность экономики: инфляция и безработица**

Понятие инфляции. Открытая и скрытая инфляция. Причины и виды инфляции (инфляция спроса, инфляция предложения, инфляция ожиданий). Экономические последствия инфляции. Инфляция и монетарная политика. Безработица и ее виды. Закон Оукена. Взаимосвязь безработицы и инфляции. Антиинфляционная политика и ее особенности.

## **Мировая экономика**

### **24. Основные тенденции развития современного мирового хозяйства, их сущность и проявление**

Тенденции и тренды развития мирового хозяйства. Понятие глобализации. Становление и развитие концепции глобализации как универсальной взаимозависимости экономик всех стран мира. Глобализация как объективная тенденция развития мировой экономики. Глобализация как усиление взаимосвязи субъектов мирового хозяйства. Положительные и отрицательные последствия глобализации.

Регионализация как реакция на центроостремительные процессы в мировом хозяйстве. Наиболее развитые региональные экономические группировки. ЕС, USMCA, АТЭС, АСЕАН, МЕРКОСУР, ЕАЭС как наиболее представительные мировые региональные образования.

Транснационализация как преобладающая форма ведения бизнеса в современном мировом хозяйстве.

Постиндустриализация и изменение структуры мирового и национальных ВВП. Формирование информационной экономики и экономики знаний. Четвертая промышленная революция.

### **25. Мультинациональные компании и их деятельность в современной глобальной экономике**

Понятие МНК и причины их возникновения. Масштабы деятельности МНК. Основные стратегии МНК в современных условиях. Слияния и поглощения МНК в условиях финансового кризиса. МНК в России: тенденции и проблемы развития.

Мировой финансовый кризис и необходимость усиления наднационального регулирования деятельности МНК.

### **26. Особенности развития экономик развитых стран**

Место и роль развитых стран в мировом хозяйстве, мировом экспорте и импорте товаров и услуг. Главные системообразующие признаки развитых стран мира. Место и роль государства в экономике развитых стран. Экономика наиболее развитых в экономическом отношении стран мира: проблемы и противоречия. Развитые страны как экспортеры и импортеры капитала. Современное состояние экономик развитых стран.

### **27. Особенности развития экономик развивающихся стран**

Главные системообразующие признаки развивающихся стран. Место и роль развивающихся стран в мировом промышленном производстве, экспорте и импорте товаров и услуг, капитала. Подсистемы развивающихся стран. Новые индустриальные страны. Страны - экспортеры капитала в группе развивающихся стран. БРИКС: Бразилия, Россия, Индия, ЮАР, Китай в системе развивающихся стран. Наименее развитые страны мира.

## **Финансы и международные финансы**

### **28. Финансовая отчетность как информационная база проведения анализа и оценки финансового состояния компании**

Цель и задачи анализа финансового состояния компании как основы для принятия управленческих решений. Характеристика основных документов финансовой (бухгалтерской) отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств. Принципы формирования аналитического баланса.

#### **29. Методы финансового анализа деятельности компании**

Вертикальный, горизонтальный и трендовый анализ. Использование финансовых коэффициентов в анализе. Анализ ликвидности и платежеспособности, управления средствами, прибыльности и рентабельности, рыночной активности.

#### **30. Экономическая сущность и виды расходов юридических лиц**

Понятие расходов, классификация расходов для включения в себестоимость, планирования и принятия управленческих решений, контроля и регулирования. Элементы и статьи затрат, прямые и косвенные расходы, постоянные и переменные, Предельные, приростные, маржинальные. Показатели безубыточности деятельности компании. Анализ издержек фирмы. Точка безубыточности.

#### **31. Организация международных расчетов России с зарубежными странами**

Правовая основа расчетно-платежных отношений между Россией и зарубежными странами. Особенности организации расчетно-платежных отношений РФ с отдельными группами стран: со странами дальнего зарубежья, со странами ближнего зарубежья. Виды валют, применяемых в расчетно-кредитных отношениях Российской Федерации. Торговые и неторговые расчеты, применяемые в Российской Федерации.

Техника осуществления платежей в расчетно-кредитных отношениях российских участников ВЭД с зарубежными странами. Требования к оформлению условий расчетов во внешнеторговых контрактах.

Клиринг как особый способ безналичных международных расчетов.

### **4. Критерии оценки вступительного испытания в магистратуру**

Блок 1. Основы менеджмента и стратегический менеджмент: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов. Вопросы, предполагающие несколько правильных вариантов ответа, оцениваются следующим образом: 2 правильных варианта ответа – по 1 баллу за каждый правильный ответ.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Блок 2. Маркетинг: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов. Вопросы, предполагающие несколько правильных вариантов ответа, оцениваются следующим образом: 2 правильных варианта ответа – по 1 баллу за каждый правильный ответ.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Блок 3. Экономическая теория: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный – 0 баллов. Вопросы, предполагающие несколько правильных вариантов ответа, оцениваются следующим образом: 2 правильных варианта ответа – по 1 баллу за каждый правильный ответ.

Задачи, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный ответ оценивается в 3 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа - 0 баллов. В задачах предполагается только один правильный вариант ответа.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Блок 4. Мировая экономика: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов. Вопросы, предполагающие несколько правильных вариантов ответа, оцениваются следующим образом: 2 правильных варианта ответа – по 1 баллу за каждый правильный ответ.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Блок 5. Финансы и международные финансы: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный ответ оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов. Вопросы, предполагающие несколько правильных вариантов ответа, оцениваются следующим образом: 2 правильных варианта ответа – по 1 баллу за каждый правильный ответ.

Задачи, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный ответ оценивается в 3 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа - 0 баллов. В задачах предполагается только один правильный вариант ответа.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Итоговая оценка определяется по 100-бальной шкале как сумма баллов, набранных за все задания. Минимальный порог для поступления - 30 баллов.

## **5. Литература**

### **Основы менеджмента и стратегический менеджмент**

1. Коргова М.А. Менеджмент организации. - М.: Юрайт. 2025 - URL: <https://urait.ru/bcode/564550>
2. Королев В.И. Общий и стратегический менеджмент. – М.: ВАВТ. 2020
3. Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент. - М.: Юрайт. 2025 - URL: <https://urait.ru/bcode/>

### **Маркетинг**

1. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е.С. Григорян. — Москва: ИНФРА-М, 2023. – 294 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/1002563. – ISBN 978-5-16-014741-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933163>. – Режим доступа: по подписке.
2. Диесперова, Н. А. Маркетинг: учебное пособие / Н.А. Диесперова. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 376 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/2038207. – ISBN 978-5-16-018654-2. – Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/>. – Режим доступа: по подписке.
3. Жукова, Е. Е. Маркетинг услуг: учебное пособие / Е.Е. Жукова, Т.В. Суворова. – Москва: ИНФРА-М, 2025. – 364 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/2125940. – ISBN 978-5-16-019538-4. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2125940>. – Режим доступа: по подписке.

4. Резник, Г. А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. – 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. – 199 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/1242303. – ISBN 978-5-16-016830-2. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1903657>. – Режим доступа: по подписке.

5. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 292 с. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083017>. – Режим доступа: по подписке.

### **Экономическая теория**

1. Макроэкономика / С.Д. Уильямсон; пер. с англ. под науч. ред. К. Сосунова. — Москва : Идательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 960 с. — (Академический учебник). — ISBN 978-5-7749-1279-7. — Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1043188>

2. Макроэкономика : учебник для вузов / под редакцией С. Ф. Серegiной. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13156-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/559720>

3. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / Е. А. Левина, Е. В. Покатович. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 779 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15937-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/564280>

4. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / Б. В. Корнейчук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07542-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/561641>

5. Экономическая теория: макроэкономика, микроэкономика. Актуальные проблемы: учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Бойцова, Н. К. Вошикова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18817-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/566029>

### **Мировая экономика**

1. Международные экономические отношения в глобальной экономике : учебник для вузов / И. Н. Платонова [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Платоновой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 528 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10040-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/517360> Хасбулатов Р.И. Международные корпорации в мировой экономике. Учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2020 [Электронный ресурс] URL: <https://ura.it.ru/viewer/mezhdunarodnye-korporacii-v-mirovoy-ekonomike-398107>

2. Мировая экономика и международные экономические отношения. Полный курс : учебник / А. С. Булатов, А. В. Кузнецов, Н. М. Мамедова [и др.] ; под ред. А. С. Булатова. — Москва : КноРус, 2022. — 677 с. — ISBN 978-5-406-09652-9. — URL: <https://book.ru/book/943240> Журнал “Вопросы экономики”. URL: <https://lk.vavt.ru/docs/shared/path/Виртуальный%20читальный%20зал/>

3. Журнал “Мировая экономика и международные отношения” (МЭМО). URL: <https://www.imemo.ru/>

4. Журнал «Российский внешнеэкономический вестник». URL: <http://www.rfej.ru/rvv>

5. Журнал «Современная Европа» URL: <http://sov-europe.ru>

### **Финансы и международные финансы**

1. Гусаков, Н. П. Международные валютно-кредитные отношения: учебник / Н.П. Гусаков, И.Н. Белова, М.А. Струнина; под общ. ред. Н.П. Гусакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 351 с. — (Высшее образование: Магистратура). — [www.dx.doi.org/10.12737/22588](http://www.dx.doi.org/10.12737/22588). - ISBN 978-5-16-012234-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1832128>
2. Белотелова Н. П. Валютная система и международные валютно-кредитные отношения: монография / Н.П. Белотелова [и др.]. - 2-е изд., стереотип. - Москва: Научный консультант. - 2024. - 94с. - ISBN 978-5-9500876-5-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1024110>
3. Чеботарев, Н.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для бакалавров / Н. Ф. Чеботарев. - 5е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 350 с. - ISBN 978-5-394-05333-7. – Текст: электронный.
4. Финансовый менеджмент: учебник для вузов / под редакцией Г. Б. Поляка. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18205-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559975>
5. Лимитовский М. А. Корпоративный финансовый менеджмент: учебно-практическое пособие. Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 990 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-3708-4. — Режим доступа: [urait.ru/book/korporativnyuy-finansovyy-menedzhment-425325](http://urait.ru/book/korporativnyuy-finansovyy-menedzhment-425325).
6. Кондраков, Н. П. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий): учебник Н.П. Кондраков. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 584 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/11356](http://www.dx.doi.org/10.12737/11356). - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1043832>
7. Волкова, О. Н. Управленческий учет: учебник и практикум для вузов / О. Н. Волкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10748-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451293>

## **6. Образец заданий вступительного испытания**

### **Основы менеджмента и стратегический менеджмент**

**1. В чем основное отличие предварительного, текущего и заключительного контроля (предполагается один вариант ответа):**

- А. Во времени осуществления
- Б. В методах и условиях
- В. В объеме

Правильный ответ - Во времени осуществления – (А)

**2. Когда возник менеджмент?**

- А. В 16 веке
- Б. В конце 18 – начале 19 века
- В. В конце 19 – начале 20 века
- Г. В середине 20 века

Правильный ответ - В конце 19 – начале 20 века – (В)

**3. Как называется способ стратегического анализа рынка, в ходе которого факторы внешней и внутренней среды структурируются по функциональному признаку (экономические, политические и т.п.)?**

- А. SW-анализ
- Б. SWOT-анализ
- В. PEST-анализ
- Г. SNW-анализ

Правильный ответ – PEST-анализ (В)

#### Маркетинг

**4. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам) — это основание для реализации маркетинговой концепции (вопрос подразумевает один вариант ответа):**

- А. Совершенствования товара
- Б. Интенсификации коммерческих усилий
- В. Совершенствования производства
- Г. Современного маркетинга
- Д. Социально-этического маркетинга

Правильный ответ – Совершенствования производства (В)

**5. Современный подход к осуществлению маркетинговой деятельности основан на (вопрос подразумевает один вариант ответа):**

- А. Достижении целей компании через удовлетворение потребностей потребителей
- Б. Удовлетворении потребностей потребителей через достижение целей компании
- В. Максимальном удовлетворении потребностей потребителей
- Г. Максимальном извлечении прибыли

Правильный ответ - Максимальном удовлетворении потребностей потребителей (В)

#### Экономическая теория

**6. Валовой национальный доход представляет собой:**

- А. Разницу между первичными доходами, полученными резидентами за границей, и первичными доходами, полученными иностранцами в нашей стране;
- Б. Валовой внутренний продукт плюс сальдо текущих трансфертов;
- В. Валовой внутренний продукт плюс сальдо первичных доходов;
- Г. Валовой внутренний продукт минус потребление основного капитала;

Правильный ответ - Валовой внутренний продукт плюс сальдо первичных доходов (В)

**7. Если фирма, действующая на совершенно - конкурентном рынке, сократит свой выпуск, то это:**

- А. Приведет к снижению рыночной цены продукта;
- Б. Приведет к повышению рыночной цены продукта;
- В. Приведет к снижению прибылей конкурирующих фирм;
- Г. Не окажет никакого влияния на рыночную цену продукта.

Правильный ответ - Не окажет никакого влияния на рыночную цену продукта (Г)

**8. Функция инвестиционного спроса фирм задана уравнением:  $I=1000-2000r$ , где  $r$  – реальная процентная ставка. Рассчитайте величину инвестиций, если номинальная процентная ставка равна 7 %, а годовой темп инфляции составляет 4 %.**

- А. 940;
- Б. 960;
- В. 920;
- Г. 860

Правильный ответ – 940 (А)

*Для решения задача необходимо:*

1. Найти реальную процентную ставку, используя формулу Фишера, которая связывает номинальную процентную ставку, реальную процентную ставку и темп инфляции.
2. Подставить найденное значение в формулу инвестиционного спроса

### **Мировая экономика**

**9. Постиндустриализация как этап развития мировой экономики характеризуется:**

- А. Увеличением доли услуг в ВВП;
- Б. Ростом доли сельского хозяйства;
- В. Снижением значения образования и науки.

Правильный ответ - Увеличением доли услуг в ВВП (А)

**10. К странам «Большой семерки» относятся:**

- А. США, Франция, Канада;
- Б. Китай, Россия, Германия;
- В. Япония, Италия, Норвегия.

Правильный ответ - США, Франция, Канада (А)

### **Финансы и международные финансы**

**11. Показатель ликвидности означает:**

- А. Погашение текущей задолженности за счет имеющихся текущих активов;

Б. Превращение материальных или иных ценностей в денежные средства для покрытия текущих финансовых обязательств;

В. Прибыльность и рентабельность компании.

Правильный ответ - Погашение текущей задолженности за счет имеющихся текущих активов (А)

**12. Валютная оговорка – это:**

А. Это условие в договоре, по которому при расчетах учитывают одну или несколько иностранных валют

Б. Это условие в договоре, по которому при расчетах учитывают только одну иностранную валюту

В. Это форма международных расчетов

Правильный ответ - Это условие в договоре, по которому при расчетах учитывают только одну иностранную валюту (Б)

**13.** Рассчитать планируемое количество производства готовой продукции на следующий период, если планируется реализовать 1200 единиц, норма запаса готовой продукции на складе 25 % от количества реализации, входящие остатки материала на складе 920 единиц, истекшие 750 единиц.

А. 1330

Б. 1030

В. 2250

Правильный ответ - 1330 (А)

*Для решения задача необходимо:*

1. Вспомнить определение входящих остатков, истекших остатков материалов.

2. Вспомнить формулу расчета количества производства с учетом норм запаса, влияния входящих и истекших остатков материалов на начало и конец периода.