

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Набережночелнинский институт

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по

образовательной деятельности

Е.А.Турилова

« 8 »

12

2025 г.



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Инновационный менеджмент

Форма обучения: очная, заочная

Лист согласования программы вступительного испытания по профилю


Разработчик(и) программы:

Профессор, д.э.н


_____ А.С. Пуряев

Председатель экзаменационной комиссии

Профессор, д.э.н


_____ А.С. Пуряев

Программа вступительного испытания обсуждена и одобрена на заседании кафедры производственного менеджмента Набережночелнинского института, Протокол № 9 от «26» сентября 2025г.

Решением Учебно-методической комиссии Набережночелнинского института программа вступительного испытания рекомендована к утверждению Ученым советом, Протокол № 2 от «06» октября 2025г.

Программа вступительного испытания утверждена на заседании Ученого совета Набережночелнинского института, Протокол № 12 от «29» октября 2025г.

Содержание

Раздел 1. Вводная часть

- 1.1 Цель и задачи вступительных испытаний
- 1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний
- 1.3 Описание формы проведения вступительных испытаний
- 1.4 Продолжительность вступительных испытаний в минутах
- 1.5 Структура вступительных испытаний

Раздел 2. Содержание программы

Раздел 3. Фонд оценочных средств

- 3.1. Инструкция по выполнению работы
- 3.2. Примерные задания

Раздел 4. Список литературы

Раздел 1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1 Цель и задачи вступительных испытаний

Вступительное испытание направлено на выявление степени готовности абитуриентов к освоению образовательных программ высшего образования – программ магистратуры, реализуемых в институте по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент (Инновационный менеджмент).

1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний

Испытание проходит в сроки, установленные приёмной комиссией

Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале согласно критериям оценивания. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 40 баллов.

1.3 Описание формы проведения вступительных испытаний

Вступительное испытание проводится в форме тестирования.

1.4 Продолжительность вступительных испытаний в минутах

На вступительное испытание отводится 90 минут.

1.5 Структура вступительных испытаний

Вступительное испытание состоит из следующих частей:

- 1) Менеджмент.
- 2) Маркетинг.
- 3) Экономика предприятия.
- 4) Инвестиции и инновации.

Раздел 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Часть 1. Менеджмент

Сущность и содержание менеджмента. Понятие менеджмента. Требования и качества менеджера. Цели, задачи и подходы менеджмента. Функции менеджмента. Принципы менеджмента.

Методы, технологии и подходы менеджмента. Методы менеджмента. Технологии менеджмента. Подходы менеджмента.

Управление организацией. Понятие и элементы внешней среды. Анализ внутренней среды фирмы. Управление на основе прогнозирования, методы прогнозирования. Управление по слабым и сильным сигналам. Типы стратегических изменений в организации. Современные типы организаций. Типы организационных структур.

Конфликты в организации. Понятие и виды конфликтов. Причины и механизм возникновения конфликтов. Управление и профилактика конфликтов.

Тайм-менеджмент. Понятие тайм-менеджмента. Вредные привычки в организации труда. Причины потерь времени. Матрица управления временем (Эйзенхауэра). Основные правила экономии рабочего времени.

Управление персоналом и карьерой. Теории мотивации. Управление группой. Преимущества командной организации труда. Типы ролей руководителя и стили руководства. Теории власти и лидерства. Управление личной карьерой. Организационная культура.

Часть 2. Маркетинг

Понятие, сущность и содержание маркетинга. Понятие, роль и задачи маркетинга. Концепции маркетинга. Виды маркетинга: стратегический и тактический маркетинг. Процесс управления маркетингом. Маркетинговая среда фирмы.

Маркетинговые исследования. Понятие, роль и элементы системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности и система сбора внешней информации. Понятие и цели маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Анкетирование как основной метод

маркетингового исследования. Понятие и признаки сегментации рынка. Выбор целевых сегментов. Позиционирование товаров.

Товар и товарная политика. Понятие товара. Атрибуты товара. Трехуровневая модель товара. Товарный знак. Ассортиментная политика как часть товарной политики фирмы. Упаковка.

Ценовая политика. Методика расчета цен. Корректировка цены.

Политика распределения (сбытовая политика). Каналы распределения. Товародвижение.

Политика продвижения (коммуникационная политика). Цели и формы маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Планирование рекламы. Емкость рынка услуг и ее оценка.

Часть 3. Экономика предприятия

Основы предпринимательской деятельности. Сущность, цели и функции предпринимательства. Субъекты предпринимательской деятельности. Организационно-правовые формы юридических лиц. Порядок создания и регистрации деятельности хозяйствующих субъектов. Предпринимательская среда. Риски в предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Культура предпринимательства.

Основные средства предприятия и особенности их воспроизводства. Понятие, классификация и структура основных средств. Оценка основных средств. Формы воспроизводства и совершенствования основных средств. Понятие и способы начисления амортизации основных средств. Показатели эффективности использования основных средств. Основные направления улучшения использования основных средств. Лизинг и его использование.

Оборотные средства предприятия. Понятие, состав и структура оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Показатели использования оборотных средств. Источники образования оборотных средств. Пути улучшения использования оборотных средств.

Кадры, производительность труда и заработная плата. Основы технического нормирования труда. Понятие и методы измерения производительности труда. Факторы роста производительности труда. Сущность и основные принципы организации оплаты труда. Тарифная

система оплаты труда. Формы и системы оплаты труда. Гарантии и компенсации работникам.

Производственные издержки и себестоимость. Прибыль и рентабельность. Понятие и виды расходов (себестоимости) продукции. Состав и структура себестоимости по элементам затрат. Резервы и направления снижения себестоимости продукции (услуг). Классификация и состав доходов организации. Понятие и виды прибыли. Распределение прибыли. Понятие рентабельности, виды рентабельности.

Основы налогообложения организаций. Сущность налогов и сборов. Общие условия установления налогов и сборов. Классификация налогов и сборов. Виды налогов и сборов в РФ. Контроль налоговых органов за исчислением и уплатой налогов.

Управление и планирование деятельности хозяйствующего субъекта. Управление как производственная функция предприятия. Цели и виды планирования. Назначение и функции бизнес-плана, порядок его разработки. Подготовка производства.

Часть 4. Инвестиции и инновации

Сущность инвестиций, инвестиционного проекта и оценки эффективности. Статические методы оценки эффективности ИП. Смысл обоснования научных решений. Сущность инвестиций. Проект. Инвестиционный проект. Инновационный проект. Стадии инвестиционного проекта. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта (ИП). Статические методы оценки эффективности ИП. Сущность динамических методов оценки эффективности ИП.

Методика оценки эффективности "Cashflow". Абсолютные методы. Метод ликвидности. Фактор времени в экономических измерениях. Компаундинг. Дисконтирование. Коэффициент дисконтирования. Динамические методы оценки эффективности инвестиций. Метод текущей стоимости (NPV). Чистый поток платежей (NCF). Метод аннуитета (A). Метод ликвидности (срока окупаемости или периода возврата, T_{OK}).

Методика оценки эффективности "Cashflow". Относительные методы оценки. Дюрация. Динамические методы оценки эффективности инвестиций методом "Cashflow". Метод индекса доходности (PI). Метод дюрации (D). Метод внутренней нормы доходности (IRR). Терминальная

стоимость ИП (ТС). Метод модифицированной внутренней нормы доходности (MIRR).

Методика оценки эффективности "Cashflow". Подходы к оценке эффективности. Подходы метода "Cashflow" при обосновании инвестиционных решений. "Cashflow" в "чистом виде". Приростный подход "Cashflow". Разностный подход "Cashflow". Знакомство с особенностями программы обоснования инвестиционных проектов "Альт-Инвест" при использовании различных подходов метода "Cashflow".

Сущность инноваций, инновационного проекта. Руководство Осло (ed. 1992,1997,2005,2018). Сущность и классификация инноваций. Взаимосвязи в инновационном процессе. Цели инновационной деятельности. Малые инновационные предприятия. Стартапы.

Раздел 3. Фонд оценочных средств

3.1 Инструкция по выполнению работы

Вступительные испытания проводятся в даты и время, определённые утверждённым Расписанием консультаций и вступительных экзаменов (далее Расписание). При очном участии испытания проходят в аудитории, указанной в Расписании.

При выполнении работы запрещается:

- допускать к сдаче вступительного испытания вместо себя третьих лиц;
- привлекать помощь третьих лиц ;
- вести разговоры во время экзамена;
- использовать справочные материалы (книги, шпаргалки, записи), сотовые телефоны, пейджеры, калькуляторы, планшеты, микронаушники.

3.2 Примерные задания

№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
1	Определение целей, задач и сроков их исполнения, установление размеров	контроль	1
		мотивация	
		делегирование	

	материальных, финансовых, трудовых, информационных ресурсов для реализации поставленных целей и задач, назначение ответственности и ответственных за их исполнение, определение методов и подходов для их реализации – это:	планирование организация	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
2	Реакцией персонала на изменения является:	сопротивление активная поддержка массовые увольнения отсутствие уважения сокращение зарплаты	1
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
3	По действию на функционирование организации конфликты бывают:	внутриличностные межличностные межгрупповые конструктивные системные	1
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
4	Подход, при котором организация рассматривается как совокупность	структурный ситуационный процессный факторный	1

	взаимосвязанных элементов со своим входом, выходом, обратными связями и внешними воздействиями:	системный	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
5	Методы управления, основанные на получении материальных благ за выполнение определенной работы:	<div>организационные</div> <div>административные</div> <div>экономические</div> <div>социально-психологические</div> <div>структурные</div> <div></div> <div></div>	1
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
6	Целью маркетингового исследования является:	<div>выбор наилучшего выхода из сложившегося трудного положения на фирме</div> <div>обеспечение товарам четкого места в сознании потребителя</div> <div>анализ и удовлетворение потребностей покупателей</div> <div>преодоление неопределенности, предшествующей принятию управленческих решений</div> <div>получение максимальной прибыли</div> <div></div>	1

№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
7	Перерегистрация товарного знака необходима:	раз в год	1
		раз в 5 лет	
		раз в 10 лет	
		раз в 15 лет	
		раз в 20 лет	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
8	Емкость рынка – это:	доли рынка конкурентов	1
		объем продаж фирмы	
		объем продаж товаров или услуг на данной территории в течение года	
		число покупателей и потребителей на рынке на ограниченной территории в течение года	
		число потенциальных потребителей и организаций на рынке	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
9	Комплекс маркетинга НЕ включает:	товарную политику	1
		ценовую политику	
		рыночную политику	
		политику распределения	
		политику продвижения	

№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
10	В соответствии с концепцией социально- этического маркетинга НЕ является обязательным условием _____.	постоянный поиск новых товаров, _____ удовлетворяющих спрос, обеспечивающих интересы клиентов	1
		удовлетворение различных потребностей покупателей в соответствии с интересами общества	
		учёт всех коммерческих интересов фирмы	
		интерес общества	
		постоянный контакт с потребителями, поддерживающими фирму, и проявление заботы об удовлетворении их потребностей	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
11	Доля фирмы на рынке определяется как отношение _____.	прибыли данной фирмы к сумме всех затрат на маркетинговые исследования	1
		доходов от продаж данной фирмы к сумме доходов от продаж всех	

		<div>фирм данного товарного рынка, включая саму фирму</div> <div>прибыли данной фирмы к сумме прибыли всех фирм данного товарного рынка</div> <div>отношение доходов от продаж данной фирмы к полным затратам всех фирм данного товарного рынка</div> <div>нет правильного ответа</div> <div></div> <div></div>	
№ вопроса	Вопрос (несколько правильных ответов)		Баллы
12	Применение стратегии концентрированного маркетинга позволяет компании _____	<div>занять более сильную рыночную позицию в обслуживаемом сегменте</div> <div>удовлетворить общие для различных сегментов рынка потребности</div> <div>избежать более высокий, по сравнению с обычным маркетингом, степени риска</div> <div>избежать экспансии более сильных конкурентов</div> <div>повысить узнаваемость товара</div> <div></div> <div></div>	2
№	Вопрос (один правильный	Ответы	Баллы

вопроса	ответ)		
13	Под превентивным управлением в менеджменте понимается _____.	<div>устранение возможности возникновения потенциальных проблем</div> <div>поиск возможных управленческих проблем</div> <div>устранение отклонений в процессе управления</div> <div>изучение внутренних и внешних симптомов проблемы</div> <div>решение управленческих проблем</div> <div></div> <div></div>	1
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
14	Делегирование полномочий в теории менеджмента является составной частью процесса _____.	<div>интеграция</div> <div>концентрации</div> <div>централизации</div> <div>деконцентрации</div> <div>децентрализации</div> <div></div> <div></div>	1
№ вопроса	Вопрос (несколько правильных ответов)	Ответы	Баллы
15	Согласно теории менеджмента, обратная связь внутри системы управления несет информацию о (об)_____.	<div>состоянии субъекта управления</div> <div>состоянии внешней среды</div> <div>состоянии объекта управления</div> <div>исполнении управленческих команд</div> <div></div>	2

№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
16	Система, когда склад снабжает собственными силами производство материалами на основе план-карт и графиков, определяющих количество и дату отпуска материалов – это _____.	реактивная система лимитирования материалов	1
		активная система лимитирования материалов	
		инактивная система лимитирования материалов	
		пассивная система лимитирования материалов	
		интерактивная система лимитирования материалов	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
17	Количество основных производственных фондов приходящихся на 1 рабочего – это _____.	фондоотдача	1
		фондоемкость	
		производительность	
		фондовооруженность	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
18	Укажите, какая из указанных организаций является коммерческой?	потребительский кооператив	1
		благотворительный фонд	

		все указанные ответы	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
19	По степени детализации направления развития предприятия планы подразделяются на _____.	<div>детерминированные, стохастические</div> <div>стратегические, тактические, оперативные</div> <div>реактивные, инактивные, преактивные</div> <div>долгосрочные, текущие, оперативно-календарные</div> <div></div> <div></div> <div></div>	1
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
20	По степени неопределенности в планировании планы подразделяются на _____.	<div>детерминированные, стохастические</div> <div>стратегические, тактические, оперативные</div> <div>реактивные, инактивные, преактивные</div> <div>долгосрочные, текущие, оперативно-календарные</div> <div></div> <div></div> <div></div>	1
№ вопроса	Вопрос (несколько правильных ответов)	Ответы	Баллы

21	Какие международные стандарты управления инновациями, НИОКР имеют место быть в применении сегодня?	Руководство Фраскати	2
		Руководство ЮНИДО	
		Руководство Осло	
		Устав ОЭСР	
№ вопроса	Вопрос (несколько правильных ответов)	Ответы	Баллы
22	Каковы правила инновационного менеджмента?	Поощрение инициативы, приводящей к положительному результату	2
		Поощрение инициативы, приводящей к отрицательному результату?	
		Поддерживать инновации каждый день	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
23	Коэффициент наращивания – это показатель, определяемый по формуле _____.	$(1+r)^t / T$	1
		$(1+r)^t$	
		$1 / (1+r)^t$	
		$r / (1+r)^t$	
		$r+2R+r^2$	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
24	Критерии оценки	относительные,	1

	эффективности инвестиций по признаку обобщающего показателя оценки эффективности:- _____	абсолютные, временные абсолютные, динамические относительные, статические временные, статические _____ _____ _____	
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
25	Чистый поток платежей определяется как _____.	разница между выручкой и издержками издержки производства за вычетом амортизационных отчислений сумма прибыли разница между входным и выходным денежными потоками _____ _____ _____	1
№ вопроса	Вопрос (один правильный ответ)	Ответы	Баллы
26	Жизненный цикл инвестиционного проекта – это _____.	инвестиционная стадия проекта эксплуатационная стадия проекта время от начала вложения капитала в проект до момента окончания получения дохода по проекту	1

		время от начала вложения капитала в проект до момента начала получения дохода по проекту	
		продолжительность периода от момента инвестирования до момента возврата всех вложенных средств (инвестиций).	
№ вопроса	Вопрос (вписать результат решения)	Ответы	Баллы
27	<p>Рассчитайте производственную себестоимость продукции, если известны следующие данные:</p> <p>СЗ = 727000 (сводная смета затрат на производство и реализацию продукции);</p> <p>ЗНС = 16200 (затраты, относимые на непроизводственные счета);</p> <p>ДНЗП = 45000 (изменение остатков затрат на незавершенное производство, полуфабрикаты, инструменты и приспособления собственного производства);</p>		2
		00000	

	ДРБП = 3200 (изменение остатков расходов будущих периодов); ДРПП = -1750 (изменение остатков резерва предстоящих платежей).		
№ вопроса	Вопрос (вписать результат решения)	Ответы	Баллы
28	Выручка организации в отчётном году составила 98100 тыс. руб., средний размер оборотных средств 36550 тыс. руб. Определить длительность оборота в днях. Округлять до десятых единицы.		2
		00,0	
№ вопроса	Вопрос (вписать результат решения)	Ответы	Баллы
29	Предполагается реализовать ИП со сроком службы в 5 лет. Каждый год проект должен приносить по 7 денежных единиц чистого потока платежей. Какова терминальная стоимость данного проекта, если ставка сравнения (цена капитала) равна 0,2 ($R=0,2$)?		2
		00	
№ вопроса	Вопрос (вписать результат решения)	Ответы	Баллы
30	На предприятии на начало года имеются в наличии основные средства – 19270		2

	<p>тыс. руб. Поступило в отчетном году основных средств на сумму – 1155 тыс. руб., в т.ч. введено в действие - 1111 тыс. руб., выбыло в отчетном году основных средств на сумму - 790 тыс. руб.</p> <p>Определить коэффициент обновления основных средств. Округлять до тысячных единицы.</p>		
--	---	--	--

Раздел 4. Перечень литературы и информационных источников для подготовки к вступительным испытаниям

1. Гуськов, Ю. В. Основы менеджмента : учебник / Ю. В. Гуськов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011468-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1063629> (дата обращения: 10.09.2025).
2. Егоршин, А. П. Основы менеджмента : учебник / А.П. Егоршин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 350 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019171-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2091889> (дата обращения: 10.09.2025).
3. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 672 с. - ISBN 978-5-9776-0554-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2139996> (дата обращения: 10.09.2025).
4. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1913238> (дата обращения: 10.09.2025).
5. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев. — Москва :

- ИНФРА-М, 2021. — 305 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182. - ISBN 978-5-16-013783-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1673158> (дата обращения: 10.09.2025).
6. Раздорожный, А. А. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / А. А. Раздорожный. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 95 с. - (ВО: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-00643-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078769> (дата обращения: 10.09.2025).
7. Жиделева, В. В. Экономика предприятия : учебное пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 133 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-018640-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136795> (дата обращения: 10.09.2025).
8. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах) : учебное пособие / В.К. Скляренко, В.М. Прудников, Н.Б. Акуленко, А.И. Кучеренко ; под ред. проф. В.К. Скляренко, В.М. Прудникова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 256 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/833. - ISBN 978-5-16-021063-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2207150> (дата обращения: 10.09.2025).
9. Инновационный менеджмент : учебно-методическое пособие / В. И. Сурат, М. С. Санталова, И. В. Соклакова, Е. В. Лебедева ; под науч. ред. М. С. Санталовой. - Москва : Дашков и К, 2021. - 145 с. - ISBN 978-5-394-04287-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1923208> (дата обращения: 10.09.2025).
10. Экономическое обоснование инженерных проектов в инновационной экономике : учебное пособие / А. В. Бабикова, Е. К. Задорожная, Е. А. Кобец [и др.] ; под ред. М. Н. Корсакова, И. К. Шевченко. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009756-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1208465> (дата обращения: 10.09.2025).
11. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент : учебник / В.Г. Медынский. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 295 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-002226-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/965381> (дата обращения: 10.09.2025).
12. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по

инновациям. 3-е изд. Совместная публикация ОЭСР и Евростата. Москва. 2006. URL: <https://clck.ru/363КТУ> (дата обращения: 10.09.2025).

13. Пуряев А.С. Оценка эффективности инновационных проектов. Набережные Челны: НЧИ КФУ, 2019. 42 с. <https://clck.ru/qBys9> (дата обращения: 10.09.2025).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Набережночелнинский институт

УТВЕРЖДАЮ

Врио директора
Набережночелнинского института
А.З. Гумеров

« » 2025 г.



**СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В
МАГИСТРАТУРУ**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Инновационный менеджмент

Форма обучения: очная, заочная

Структура заданий и критерии оценивания

Вступительное испытание состоит из 30 тестовых вопросов (заданий). Студенты получают различные аналогичные варианты. Задания имеют следующую структуру:

1. Количество заданий теста уровня В (вопрос, ответ на который вводит участник самостоятельно) – 4. Задания повышенной сложности представляются в виде задачи (примера). Нужно решить и вписать ответ в ячейку гелевой ручкой или ввести в системе тестирования. Полученное число пишется без единиц измерения, без пробелов (например, 456321).

Десятичные дроби разделяются запятой. Решение при желании можно представить на отдельном листе. Полный правильный ответ на каждое из заданий – 2 первичных балла.

2. Количество заданий теста уровня А+ (вопрос и несколько вариантов ответа, правильными из которых могут быть несколько) – 4. Нужно указать верное сочетание ответов. Полный правильный ответ на каждое из заданий – 2 первичных балла.
3. Количество заданий теста уровня А (вопрос и несколько вариантов ответа, правильным из которых может быть только один) – 22. Ориентировочное количество вопросов по разделам: маркетинг – 6-7; менеджмент – 6-7; инвестиции и инновации – 5; экономика предприятия – 4. Полный правильный ответ на каждое из заданий – 1 первичный балл.

Неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов. Максимальное количество за все задания – 38 первичных баллов.

Шкала перевода первичных баллов в итоговые баллы по направлению подготовки: 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Инновационный менеджмент»

Первичные баллы	Итоговые баллы
1	10
2	20
3	30
4	40
5	42
6	44
7	47
8	49
9	51
10	54
11	56
12	58
13	61
14	63
15	65
16	68
17	70
18	72
19	75
20	77
21	79
22	82
23	83
24	84
25	85
26	86
27	87
28	88
29	89
30	90
31	91

32	92
33	93
34	94
35	95
36	96
37	97
38	100

Максимальное количество баллов	
Первичные баллы	Итоговые баллы
38	100

Вступительное испытание считается пройденным, если абитуриент набрал более чем	
Первичные баллы	Итоговые баллы
4 и выше	40 и выше

Вступительное испытание считается НЕ пройденным, если абитуриент набрал	
Первичные баллы	Итоговые баллы
3 и ниже	30 и ниже