

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московская высшая школа социальных и экономических наук»**

Факультет управления социокультурными проектами

УТВЕРЖДЕНО

Председатель приемной
комиссии ОАНО «МВШСЭН»

М.В. Сигова

Электронная подпись

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
В МАГИСТРАТУРУ**

Направление подготовки **38.04.02 «Менеджмент»**

Направленность (профиль)

**«Стратегический и проектный менеджмент в культурных и
креативных индустриях»**

Год набора - 2025

Москва, 2024 г.

Содержание

1. Основные условия конкурсного отбора поступающих в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент»	2
2. Содержание тем программы	2
3. Собеседование по направлению подготовки	3
4. Критерии оценивания устного ответа поступающего	3

1. Основные условия конкурсного отбора поступающих в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент»

Настоящая программа рассчитана на подготовку к вступительному собеседованию по направлению подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент» по программе «Стратегический и проектный менеджмент в культурных и креативных индустриях».

К конкурсному отбору на право поступления на подготовку магистра допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образование. Прием в магистратуру на программу «Стратегический и проектный менеджмент в культурных и креативных индустриях» осуществляется на конкурсной основе по результатам вступительных испытаний.

Поступающие, допущенные Приемной комиссией к вступительным испытаниям проходят собеседование по темам, соответствующим направлению «Менеджмент». Максимальное количество баллов по вступительному испытанию составляет 100 (сто) баллов.

Программа содержит перечень тем по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент. В заключение программы дается список литературы для подготовки к собеседованию.

Поступающим рекомендуется представить CV (резюме) для представления собственного академического и/или профессионального опыта, интересов и мотивации. Резюме – не обязательная часть, но оно позволяет составить более полное представление о поступающем. В резюме рекомендует отметить:

1. образование;
 2. профессиональный, исследовательский или волонтерский опыт;
 3. научные или научно-популярные публикации доклады на конференциях;
 4. участие в медиа-проектах, просветительских или научно-популярных событиях, а также опыт их организации;
 5. участие в программах обмена или стажировках;
- Представленное CV (резюме) не оценивается.

2. Содержание тем программы

Тема 1. Современный контекст деятельности менеджера

Роль культуры и социокультурных факторов в развитии территорий и современной экономики. Изменение содержания деятельности менеджера в связи с переходом к постиндустриальному типу экономики. Постиндустриальные гуманитарно-экономические концепции (экономика впечатлений, экономика символического обмена и др.).

Тема 2. Менеджмент в сфере культуры: организационный уровень

Типы организаций в сфере культуры: базовые характеристики, особенности управления, перспективы развития. Современная институциональная карта сферы культурных и креативных индустрий.

Тема 3. Управление изменениями (развитием) как социально-культурная задача

Теория изменений. Развитие и процессы функционирования и расширенного воспроизводства. Проектный, программный и плановый метод управления. Стратегический менеджмент.

Тема 4. Проектирование как управленческая технология

Управления проектами в сфере культурных и креативных индустрий. Метод жизненного цикла проекта. Результаты и эффекты реализации социокультурного проекта. Сценарии пост-проектного развития типового проекта в социокультурной сфере.

Тема 5. Маркетинг и коммуникации

Определение маркетинга. Роль маркетинга в современной экономике. Понятие некоммерческого маркетинга. Специфика маркетинга в сфере культурных и креативных индустрий. Особенности современного культурного потребления.

Тема 6. Современные рынки культурных и креативных индустрий.

Определение рынка. Понятие рынка культурных и креативных индустрий и их особенности. Определение культурного продукта/услуги, его специфика. Целевые группы потребителей культурных продуктов/услуг: определение, методы их выделения.

3. Собеседование по направлению подготовки

Собеседование проводится в устной форме по одной из выбранных поступающим тем (перечислены выше).

4. Критерии оценивания устного ответа поступающего

Балл	Исследовательский вопрос	Понимание идей и методов	Работа с источниками	Структура и аргументация
70-100	Поступающий показывает способность к постановке нетривиальных аналитических вопросов	Поступающий демонстрирует отличное знание основных концепций, их критическую рефлексию	Поступающий демонстрирует широкую эрудицию в конкретной области и блестящее знание источников	Поступающий показывает незаурядные способности критического мышления, анализа фактов и проблем
60-69	Поступающий показывает способность к постановке корректных и точных вопросов	Поступающий демонстрирует хорошее знание основных концепций и ориентируется в подходах, методах, идеях	Поступающий демонстрирует хорошее знание своего исследовательского поля и знакомство с источниками	Поступающий показывает способность к критическому мышлению и аналитическому видению предмета
50-59	Поступающий показывает способность к постановке базовых вопросов	Поступающий демонстрирует самое базовое понимание концепций,	Поступающий демонстрирует самое общее представление об обсуждаемой проблематике	Поступающий показывает базовое понимание обсуждаемых проблем и их контекстов

		подходов, методов, идей		
0-49	Поступающий показывает фундаментальное непонимание логики аналитической работы	Поступающий демонстрирует фундаментальные ошибки в интерпретации концепций, подходов, методов, идей	Поступающий демонстрирует фундаментальное непонимание источников и обсуждаемых проблем	Поступающий слабо ориентируется в обсуждаемой проблематике и не показывает к ней критического отношения

Основная литература

1. Адизес И.К. Управляя изменениями. – Москва, издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2014.
2. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс, 2015.
4. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. - М.: Дом «Вильямс», 2002. 272 с.
5. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. - М.: Классика - XXI век, 2011.

Дополнительная литература

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., «Академия», 2004.
2. Зуев С.Э. Социально-культурное проектирование. - Ижевск: Альтернатива, 2003.
3. Кит П., Янг Ф. Управленческая экономика. М., 2008.
4. Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства. СПб, 2004
5. Мазур И. И., Шапиро В. Д., Титов С. А. Управление проектами. Справочник для профессионалов. - Москва: Высшая школа, 2001.
6. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000.
7. Пайн Дж. Б., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005.
8. Попов С. А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 4 - М.: Инфра-М, 2001
9. Разу М. Л. Управление программами и проектами: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 8. - М.: Инфра-М, 2006
10. Генри Санофф. Соучаствующее проектирование. Практики общественного участия в формировании среды больших и малых городов/Генри Санофф; пер. с англ.; [ред. Н. Снигирева, Д. Смирнов]. — Вологда, Проектная группа 8, 2015.