

	ФГБОУ ВО «СПбГАСУ»
	Документированная процедура
	2.4 Прием студентов
СК-ДП-2.4	Программа вступительного испытания для лиц, поступающих на обучение в СПбГАСУ по программе магистратуры на 2025/2026 учебный год



УТВЕРЖДАЮ

Ректор СПбГАСУ

Е.И. Рыбнов

01 2026 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
для лиц, поступающих на обучение в СПбГАСУ
по программе магистратуры на 2026/2027 учебный год

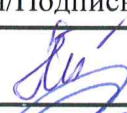
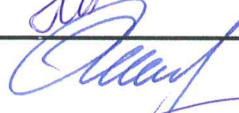
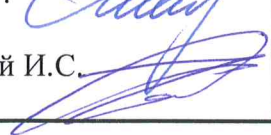
Направление подготовки

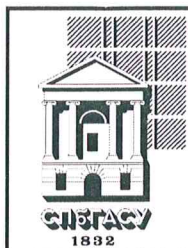
38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы

«Управление в строительстве»

Санкт-Петербург, 2026

	Должность	Фамилия/Подпись	Дата
Разработал	Заведующий кафедрой менеджмента в строительстве	Плетнева Н.Г. 	12.01.2026
Согласовал	Первый проректор	Головина С.Г. 	12.01.2026
	Ответственный секретарь приемной комиссии	Гладушевский И.С. 	12.01.2026
Версия 1.0			Стр. 1 из 17

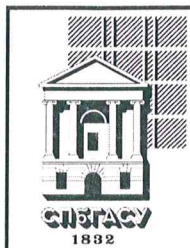


СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения.....	3
Процедура вступительного испытания	3
Содержание разделов и тем программы вступительного испытания	8
Рекомендуемая литература.....	11
Критерии оценивания.....	13
Образец задания вступительного испытания.....	

ПЕРЕЧЕНЬ СОКРАЩЕНИЙ И ОБОЗНАЧЕНИЙ

СПбГАСУ – Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет



ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа вступительного испытания предназначена для абитуриентов, поступающих в СПбГАСУ на обучение по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Управление в строительстве».

Целью вступительного испытания в магистратуру является выявление степени готовности абитуриента к освоению образовательной программы магистратуры.

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

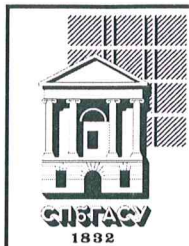
ПРОЦЕДУРА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительные испытания, проводимые СПбГАСУ самостоятельно, проводятся дистанционно в форме компьютерного тестирования с использованием возможностей электронно-информационной образовательной среды СПбГАСУ, системы прокторинга, дистанционных образовательных технологий.

Организацию проведения вступительных испытаний и соблюдение процедуры прохождения испытаний обеспечивают члены приемной и экзаменационной комиссий.

Система прокторинга обеспечивает идентификацию личности, контроль самостоятельного выполнения заданий абитуриентом и оценку уровня доверия к результатам экзамена. В процессе тестирования за абитуриентом осуществляется наблюдение в режиме реального времени и фиксируются нарушения в его поведении.

Для участия во вступительных испытаниях в форме компьютерного тестирования с прокторингом абитуриенту необходимо самостоятельно обеспечить наличие оборудования и следующих технических требований



к нему:

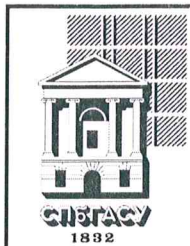
- персональный компьютер со стабильным Интернет-соединением (рекомендуемая скорость соединения от 10 Мбит/с);
- веб-камера с минимальным разрешением не менее **640x480**, и частотой съемки не менее 15 кадров в секунду;
- встроенные или выносные динамики и микрофон;
- доступ к сети Интернет с использованием веб-браузеров Google Chrome, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс Браузер 19.3 и новее;
- операционная система Windows 7, macOS Sierra 10.12 и новее;
- мобильная версия Android 4.4+ Chrome, iOS 12+ Safari и новее.

Примечание: осуществление компьютерного тестирования возможно с мобильных устройств, но их использование **не рекомендуется** по причине затруднительного просмотра вопросов, содержащих графические изображения и сложные формулы.

За день до вступительного испытания члены экзаменационной комиссии проводят консультацию для абитуриентов в режиме видеоконференции. В ходе проведения консультации поступающим разъясняют содержание вступительного испытания и особенности процедуры его проведения в дистанционном режиме, предъявляемые требования и критерии оценивания, отвечают на вопросы абитуриентов.

Компьютерное тестирование осуществляется по группам в соответствии с расписанием вступительных испытаний. Ссылка на страницу тестирования, логин и пароль для входа в тест будут отправлены абитуриенту на электронную почту за день до тестирования.

Перед началом компьютерного тестирования абитуриенту необходимо отключить неиспользуемое программное обеспечение, блокировщики рекламы и прочие расширения, проверить доступ к интернет-соединению.



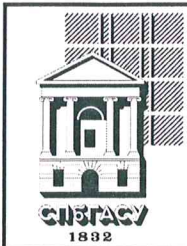
В соответствии с расписанием абитуриенту необходимо открыть в браузере ссылку на страницу тестирования, ввести логин и пароль и начать сеанс тестирования.

Продолжительность сеанса тестирования – 1 астрономический час (60 минут), включая процедуру ознакомления с правилами прокторинга, идентификации личности и проверку оборудования на соответствие требованиям.

Перед выполнением заданий вступительного испытания необходимо ознакомиться с правилами прокторинга, которые появятся на экране, и подтвердить согласие с ними.

Правила прокторинга:

- веб-камера должна быть установлена строго перед лицом, не допускается установка камеры сбоку;
- голова должна полностью помещаться в кадр, не допускается частичный или полный уход из поля видимости камеры;
- лицо должно быть освещено равномерно, источник освещения не должен быть направлен в камеру;
- волосы, одежда, руки или что-либо другое не должно закрывать область лица;
- в комнате не должно находиться других людей;
- на время экзамена запрещается покидать свое рабочее место;
- на фоне не должно быть голосов или шума, идеально, если экзамен будет проходить в тишине;
- прохождение экзамена должно осуществляться в браузере, окно которого должно быть развернуто на весь экран, нельзя переключаться на другие приложения (включая другие браузеры) или сворачивать браузер,



нельзя открывать сторонние вкладки (страницы);

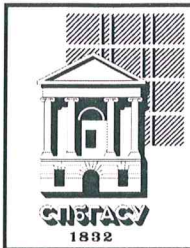
- запрещается записывать каким-либо образом материалы и содержимое экзамена, а также передавать их третьим лицам;
- запрещается пользоваться звуковыми, визуальными или иными подсказками.

После подтверждения согласия с правилами прокторинга запустится проверка компьютера и сети, которая позволит выявить возможные технические проблемы. Проверка будет осуществляться автоматически, вмешательство со стороны пользователя потребуется только в случае обнаружения проблем. На этапе проверки должны быть обеспечены следующие условия:

- окно браузера должно быть развернуто на весь экран;
- доступ в браузере к камере;
- доступ в браузере к микрофону;
- доступ ко всему экрану;
- в случае многомониторной конфигурации оставить один экран.

Для идентификации личности абитуриента необходимо сделать фотографию лица и фотографию документа, удостоверяющего личность (паспорт) через веб-камеру. Также можно загрузить скан документа, удостоверяющего личность (паспорт) с компьютера в формате JPEG размером до 5 Мб. В случае загрузки скана, изображение должно содержать не весь разворот паспорта, а только страницу с фотографией, размещенную горизонтально.

После успешного завершения подготовки к вступительному испытанию откроется страница теста, в левом нижнем углу которого отобразится изображение абитуриента с камеры. В процессе тестирования могут



появляться уведомления в виде аудио и текстовых сообщений о нарушениях в поведении абитуриента. Зафиксированные нарушения сохраняются в системе, отразятся в протоколе прокторинга и повлияют на оценку уровня доверия к результатам экзамена.

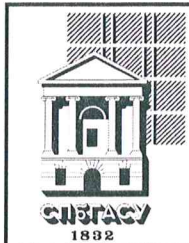
В процессе тестирования абитуриент может пропускать вопросы, которые вызывают затруднения, используя кнопку «Следующая страница», и снова возвращаться к их решению, используя кнопку «Предыдущая страница».

По окончании тестирования абитуриенту необходимо нажать кнопку «Закончить попытку». Далее необходимо нажать кнопку «Отправить всё и завершить тест». На экране появится окно «Подтверждение» с кнопкой «Отправить всё и завершить тест». После нажатия кнопки вернуться к вопросам будет невозможно и на экране отразятся результаты тестирования.

В случае технического сбоя в работе оборудования или канала связи (в течение 10 минут и более), препятствующего проведению вступительного испытания, оно переносится на другое время. Дата и время очередного сеанса тестирования сообщается абитуриенту по электронной почте.

Результаты вступительных испытаний фиксируются в системе электронного обучения СПбГАСУ и размещаются на официальном сайте СПбГАСУ на следующий рабочий день после проведения вступительного испытания.

О невозможности пройти вступительное испытание по уважительной причине (болезнь или иные обстоятельства, подтвержденные документально) абитуриент должен сообщить в приемную комиссию до начала проведения вступительного испытания и (или) представить оправдательный документ. В этом случае абитуриенту предоставляется возможность пройти вступительное испытание в другой группе или в резервный день



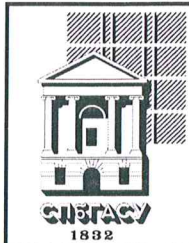
до завершения срока вступительных испытаний.

Абитуриент имеет право подать апелляцию в случае несогласия с результатами тестирования и/или в связи с нарушением процедуры проведения вступительного испытания. Рассмотрение апелляции проводится в соответствии с Положением об апелляционных комиссиях для проведения вступительных испытаний в СПбГАСУ.

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Раздел 1. Экономика предприятия

1. Оценка основных фондов: виды, проблемы оценки, пути их решения.
2. Анализ движения и обеспеченности фирмы основными фондами.
3. Амортизация основных фондов: сущность, показатели, методы начисления.
4. Анализ эффективности использования основных фондов.
5. Фондоотдача: сущность, методы расчета, анализ.
6. Оборотные средства фирмы: состав, структура, показатели использования.
7. Производительность труда: понятие, показатели, анализ выработки.
8. Оценка основных фондов: виды, проблемы оценки, пути их решения.
9. Трудоемкость продукции: виды, показатели, оценка.
10. Группировка и классификация затрат на производство.
11. Амортизация основных фондов: сущность, показатели, методы начисления.



12. Трудовые ресурсы предприятия: состав и структура. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов.

13. Фондоотдача: сущность, методы расчета, анализ.

14. Прибыль предприятия: понятие, показатели, взаимосвязь,

15. Показатели рентабельности: классификация, расчеты.

Раздел 2. Маркетинг

1. Определение понятия маркетинг. Цели и задачи маркетинга.

2. Виды маркетинга. Задачи маркетинга в зависимости от состояния спроса.

3. Концепции маркетинга и их эволюция.

4. Основные функции маркетинга.

5. Виды потребностей; продовольственные и промышленные товары в маркетинге.

6. Понятие рынка, его элементы, достоинства и недостатки рыночной экономики.

7. Классификация рынков по видам продукции, по территории и видам конкуренции.

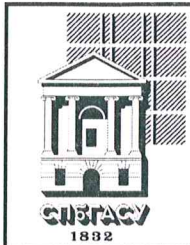
8. Система маркетинговых исследований. Первичная и вторичная информация.

9. Сегментация рынка.

10. Разработка новых товаров и товарной политики. Жизненный цикл товара.

11. Ценообразование и ценовая политика фирмы.

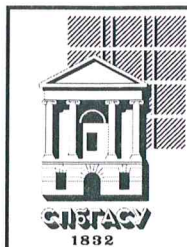
12. Особенности продвижения товаров и услуг в промышленном и потребительском маркетинге. Виды организационных структур маркетинговой службы.



13. Виды рекламы, их достоинства и недостатки.
14. Понятие «качества жизни» и его составляющие. Количественные и качественные цели фирмы.
15. Концепция жизненного цикла товара. Маркетинговая тактика на разных фазах жизненного цикла товара.

Раздел 3. Менеджмент

1. Основные школы менеджмента начала XX века: научного менеджмента, классического менеджмента, человеческих отношений, поведенческих наук.
2. Управленческие концепции в 60-80 гг.: системный подход, ситуационный подход, функциональный и количественный подходы.
3. Современные концепции и системы менеджмента.
4. Законы, закономерности и принципы менеджмента.
5. Методы и стили управления в строительстве.
6. Функции менеджмента: общие и специальные (конкретные).
7. Управленческое решение: понятия, классификация, методы и этапы принятия.
8. Понятия и типы организационных структур управления: принципы и методы проектирования.
9. Руководство: власть и личное влияние, виды власти, стиль работы руководителя.
10. Социально-психологические аспекты менеджмента: социально-психологический климат, управление группами (командами), конфликтными ситуациями.
11. Характеристика основных этапов стратегического управления организацией.



12. Применение матрицы Бостонской консультативной группы и матрицы «Дженерал-Электрик»- «Мак-Кинси» для выработки стратегии фирмы.

13. Применение матрицы SWOT, матриц угроз и возможностей для анализа среды в стратегическом менеджменте.

14. Управление реализацией стратегии, основные области стратегических изменений в организации.

15. Управление деятельностью персонала: система управления персоналом, кадровая политика.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – 5е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 290 с.

2. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 656 с.

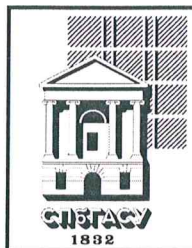
3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.

4. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.

5. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 302 с.

6. Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации: учебное пособие / А.П. Егоршин. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 388 с.

7. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 305 с.



8. Кондратьева, И. В. Экономика предприятия: Учебное пособие для вузов / И. В. Кондратьева. – 2-е изд., стереотип.. – Санкт-Петербург: Издательство «Лань», 2021. – 232 с.

9. Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс: учебное пособие для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 175 с.

10. Менеджмент в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 384 с.

11. Менеджмент в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.]; под общей редакцией И. Н. Шапкина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 313 с.

12. Милкова, О. И. Экономика и организация предприятия: учебник и практикум для вузов / О. И. Милкова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 473 с.

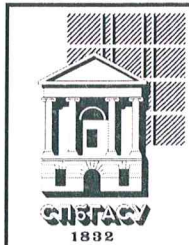
13. Райченко, А.В. Общий менеджмент: учебник / А.В. Райченко. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 384 с.

14. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента: учебник и практикум для вузов / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 487 с.

15. Шарапова, Т. В. Основы теории управления: учебное пособие для вузов / Т. В. Шарапова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 210 с.

16. Экономика организации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 344 с.

27. Экономика предприятия: учебник для вузов / Е. Н. Клочкова, В. И.



Кузнецов, Т. Е. Платонова, Е. С. Дарда; под редакцией Е. Н. Клочковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 382 с.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Тестовое задание состоит из 10 вопросов разного уровня сложности и разных типов.

Типы вопросов:

1. Вопрос на выбор одного правильного ответа из предложенного списка (ответы отображаются «кругом»).
2. Вопрос на выбор нескольких правильных ответов (множественный выбор) из предложенного списка (ответы отображаются «квадратом»).
3. Вопрос на установление соответствия.
4. Вопрос с открытым ответом (ввод ответа с клавиатуры).
5. Вопрос на установление последовательности.

Баллы за правильные ответы начисляются в зависимости от уровня сложности вопроса – **от 5 до 19 баллов** за вопрос.

Итоговое количество баллов определяется как сумма баллов за ответы на каждый из вопросов.

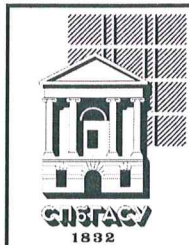
Минимальное итоговое количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 50.

Максимальное итоговое количество баллов за вступительное испытание – 100.

ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЙ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вопросы 1-го уровня сложности

1. Задача, относящаяся к управленческой функции маркетинга:



- Управление качеством и конкурентоспособностью
- Исследование рынков
- Организация сервиса на территории обслуживания
- Информационное обеспечение маркетинга

2. Корпоративная стратегия отвечает на вопрос:

- В каких отраслях (видах деятельности) организация должна
оказаться?
- Как организация будет конкурировать на рынке?
- Как в организации будет запланировано развитие персонала?
- На каких территориях какие конкурентные преимущества есть у
организации?

3. Анализ 5 сил М.Портера позволяет:

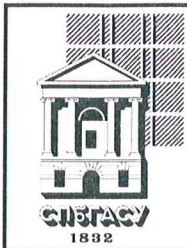
- Разработать план действий для повышения прибыли
- Определить конкурентные преимущества организации
- Определить сильные и слабые стороны организации
- Оценить влияние политических, экономических, социальных и
технологических факторов на деятельность организации

Вопросы 2-го уровня сложности

1. Показатель (параметр), на основе которого рынки сегментируются на группы слабых, умеренных и активных потребителей определенных продуктов:

- обстоятельства применения
- степень лояльности потребителя
- интенсивность потребления
- выгода

2. Эффективность использования оборотных средств определяется:



- коэффициентом оборачиваемости
- фондоемкостью
- рентабельностью
- средней длительностью одного оборота

**3. Установите соответствие между должностью персонала и
уровнем управления**

- Генеральный директор = Стратегическое управление
- Начальник цеха = Тактическое управление
- Мастер участка = Оперативное управление

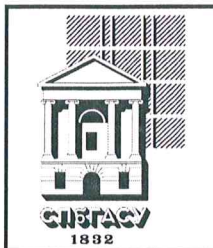
Вопросы 3-го уровня сложности

**1. Приведите в соответствие задачи маркетинга и стадии
жизненного цикла**

- Удержание имеющихся позиций на рынке = Стадия зрелости
- сокращение затрат на маркетинг = Стадия спада
- создание осведомленности о товаре = Стадия внедрения
- = Стадия роста

2. Установите соответствие между подходом и школой управления

- Административный подход = Классическая школа в управлении
- Подход с точки зрения количественных методов = Школа науки
управления
- Подход с точки зрения науки о поведении = Школа психологии и
человеческих отношений
- = Школа научного управления



3. Что относится к экстенсивным факторам рентабельности?

- Увеличение объемов работ
- Влияние инфляции на уровень цен
- Совершенствование организации труда
- Использование достижений технического прогресса
- Сокращение сроков строительства
- Повышение качества строительно-монтажных работ

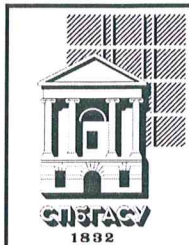
Вопросы 4-го уровня сложности

1. Приведите в соответствие характеристику и категорию комплекса маркетинга

- Отвечает на вопрос «Что необходимо рынку или целевой аудитории?» = Продукт
- Определяется на основе воспринимаемой ценности товара потребителем, себестоимости продукта, цен конкурентов и желаемой нормы прибыли = Цена
- Означает, что товар компании должен присутствовать на рынке в нужном месте в нужное время = Каналы распространения
- Отвечает на вопрос «Каким способом информация о товаре компании будет распространяться на рынке?» = Продвижение
- = Процесс
- = Позиционирование

2. Приведите в соответствие роли руководителя, по мнению Минцберга, и их название

- Связующее звено = Межличностная роль



- Представитель = Информационная роль
- Ведущий переговоры = Роль, связанная с принятием решения

3. Соотнесите субъект инвестиционно-строительной деятельности с его содержанием

- Инвестор = субъект хозяйственной деятельности, осуществляющий инвестирование собственных или привлеченных финансовых ресурсов в формирование и воспроизводство основных фондов.
- Застройщик = юридическое или физическое лицо, обладающее правом собственности или иным законным правом на земельный участок, предназначенный для осуществления строительной деятельности.
- Заказчик = субъект, выполняющий функции организационно-управленческого характера, включая координацию и контроль за реализацией строительного проекта.
- Подрядчик = юридическое или физическое лицо, выполняющее строительно-монтажные работы (СМР) на основании заключенного договора подряда или контракта.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методической комиссии факультета экономики и управления СПбГАСУ, протокол № 2 от 09.10.2025 г.