

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»  
Институт экономики и управления  
Кафедра менеджмента и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института

  
И.Д. Аникина  
«19» 01 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель приёмной комиссии

  
А.Э. Калинина  
«19» 01 2026 г.

**ПРОГРАММА**  
**вступительного испытания «HR-менеджмент и психология управления»**  
**при приеме на обучение по программе магистратуры**  
**38.04.02 «Менеджмент»**

Волгоград 2026 г.

# Порядок проведения экзамена

## 1. Общие сведения

### 1.1. Цель проведения экзамена.

Цель вступительного испытания в магистратуру по направлению «Менеджмент» - определение уровня соответствия практической и теоретической подготовленности бакалавров (специалистов, магистров) требованиям обучения в магистратуре и отбор наиболее подготовленных поступающих для обучения в магистратуре по направлению 38.04.02 – «Менеджмент».

### 1.2. Форма проведения экзамена.

Вступительные испытания в магистратуру проводятся в форме портфолио, которое содержит эссе на тему, соответствующую направлению магистратуры (тема выбирается абитуриентом из предложенного ниже списка самостоятельно). Присутствие абитуриента на вступительном испытании обязательно, т.к. по заранее подготовленному эссе проводится собеседование. Проведение вступительного испытания в магистратуру возможно с применением дистанционных технологий, в том числе в режиме видеоконференции. Научные и академические достижения (индивидуальные достижения) оцениваются отдельно согласно правилам приёма в ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет» в 2026 году (высшее образование).

### 1.3. Продолжительность экзамена.

Устное собеседование по основным аспектам содержания эссе длится 20-30 минут. Продолжительность вступительного испытания для поступающих с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличена, но не более чем на 1,5 часа.

## 2. Содержание программы

### 2.1. Теория организации

Понятие об организации. Принципы организации: принципы статической и динамической организации (приоритет соответствия); принципы формирования процесса организации: принципы рациональности. Принципы структуризации в приложении к структурам систем управления. Субъекты организаторской деятельности. Организационные задачи и организаторские проблемы. Организаторская деятельность. Субъект управления как субъект организаторской деятельности. Предприниматель как организатор бизнеса. Организационные отношения в системе менеджмента: разделение труда, специализация, определение уровня соответствия специализации. Организационные процессы: функционирование и развитие. Формы организационного развития. Реструктуризация. Реинжиниринг.

### 2.2. Экономика фирмы

Фирма (предприятие) как субъект хозяйствования. Понятие о фирме. Основной капитал предприятия. Состав и структура основных фондов. Амортизация и амортизационные отчисления. Ускоренная амортизация и ее значение для технической и экономической политики фирмы. Система показателей эффективного использования основных фондов. Производительность труда. Показатели и методы измерения. Типы производственной структуры. Производство и производственный процесс. Типы организации производства. Себестоимость продукции, показатели измерения. Классификация затрат на производство продукции. Экономическая и социальная эффективность производства. Финансовый результат хозяйственной деятельности. Механизм распре-

деления прибыли. Понятие и виды рентабельности. Взаимосвязь экономических показателей результативности хозяйственной деятельности.

### 2.3. Менеджмент организации

Сущность и эволюция взглядов на управление. Менеджмент как наука. Методология менеджмента. Объекты и субъекты менеджмента. Цели, функции, методы менеджмента. Исторические предпосылки менеджмента. Подходы к менеджменту на основе выделения различных школ. Процессный подход. Системный подход. Ситуационный подход. Менеджер в организации. Особенности управленческого труда. Роли менеджера в организации. Организация как объект управления. Признаки организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Система управления организацией. Мотивация деятельности персонала предприятия. Сущность, механизм мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Коммуникации в управлении. Принятие управленческих решений (УР). Факторы, влияющие на принятие решений. Процесс принятия УР. Групповая динамика и лидерство. Управление конфликтами. Управление изменениями. Управление стрессами. Проектирование организации. Построение дерева целей. Разделение организации по вертикали и горизонтали. Взаимосвязи подразделений. Функции и полномочия.

### 2.4. Маркетинговое управление

Сущность, цели и задачи маркетинга. Концепции управления маркетингом. Процесс управления маркетингом. Постановка целей маркетинговой деятельности. Функции маркетинга. Структуры управления маркетингом. Служба маркетинга. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стратегические маркетинговые программы. Контроль маркетинговых программ.

### 2.5. Стратегический менеджмент

Концепция стратегического менеджмента. Функции и принципы стратегического менеджмента. Модель стратегического менеджмента. Методы разработки стратегий. Выполнение стратегии. Формирование стратегической программы. Стадия жизненного цикла планирования. Особенности стратегического контроля. Анализ и коррекция в системе стратегического менеджмента. Методология управления предприятием на основе самоорганизации.

### 2.6. Инновационный менеджмент

Основные понятия инновационного менеджмента. Классификация инноваций. Значение и разработка инновационной стратегии предприятия. Методы выбора инновационной стратегии. Управление созданием, освоением и качеством новой техники. Экспертиза инновационных проектов, задачи, основные приемы, методы отбора инновационных проектов. Эффективность инновационной деятельности, характеристика результатов, рынок технологий, оценка затрат на инновационную деятельность.

### 2.7. Производственный менеджмент

Сущность и содержание операционного менеджмента. Производственный процесс и принципы его рациональной организации (пропорциональность, непрерывность, параллельность, прямоточность, ритмичность и др.). Организация производственного процесса во времени. Типы производства и их технико-экономическая характеристика (единичный, серийный, массовый). Методы организации производства. Понятие производственной мощности предприятия и факторы, её определяющие. Содержание и задачи производственной инфраструктуры. Рабочее место, его классифи-

кация и компоненты. Качество продукции, показатели и оценка его уровня. Сертификация продукции. Система управления качеством продукции. Управление производственными запасами. Планирование производства. Система организации производства по принцип «точно вовремя».

## 2.8. HR-менеджмент

Понятие, виды, цели и задачи HR-менеджмента. Эволюция HR-менеджмента и взгляды разных исследователей на систему управления персоналом организации. Методологические основы и функциональные области HR-менеджмента. Современные технологии HR-менеджмента. Кадры, персонал и человеческие ресурсы как объекты управления. Кадровый потенциал и кадровая политика организации. HR-менеджмент как синергия основных управленческих функций (планирования, прогнозирования, подбора, отбора, найма, расстановки и развития кадров организации). Профориентация, адаптация и обучение персонала. Стимулирование и мотивация в управлении человеческими ресурсами. Деловая оценка персонала и эффективность HR-менеджмента. Современные тенденции в управлении человеческими ресурсами.

## 2.9. Психология субъекта управленческой деятельности.

Личность в процессе управления. Внутренние факторы управления (психические процессы, состояния, свойства), вариативность действия внутренних факторов. Профессиограмма руководителя. Способность руководителя к управленческой деятельности. Управленческие знания, управленческие умения, управленческие навыки. Интеллектуальные характеристики руководителя. Ведущие мотивы деятельности руководителя. Психологические особенности личности руководителя. Управленческие способности. Стили управленческой деятельности. Психологические закономерности мотивации управления. Социально-психологические характеристики личности руководителя. Представления руководителя о самом себе. «Я-концепция», «самооценка», социальная ориентация руководителя. Авторитет руководителя. Психологический (моральный, функциональный) и формальный (должностной) авторитет. Типология руководителя. Психологические факторы, ограничивающие эффективность деятельности управленца. Психологические аспекты профессиональной карьеры руководителя. Диагностика карьерной ориентации. Психология должности. Руководитель и риск. Руководитель и экстремальные ситуации. Личностные и профессиональные кризисы. Фрустрация. Стресс в управленческой деятельности. Стресс: понятие, психологическая картина стресса. Понятие стрессоустойчивости. Фазы стресса. Стрессменеджмент. Принятие и непринятие психологического воздействия. Психологическая защита, формы ее проявления. Основные типы организационных страхов. Тайм-менеджмент. Приемы позитивного отношения к жизни.

## 2.10. Психология личности как объекта управления.

Современные теории личности. Человек: от биологического к социальному (индивид-личность, индивидуальность), наследственность и среда. Структура личности: психические процессы, состояния, свойства и образования. Системные качества личности: самосознание, направленность, способности, темперамент, характер. Социализация человека в сфере деятельности, общения и самосознания. Идентификация, подражание, внушение, фасилитация (ингибиция) и конформность как психологические механизмы социализации. Основные понятия и термины:

индивид, личность, индивидуальность, самооценка, акцентуация характера, психопатия, ответственность, социализация человека. практическое занятие Использование особенностей личности в процессе управления личностью (умение простроить воздействие, эмпатичность личности, неординарность, креативность по Ф. Лютенс). Воздействие на личностные установки, уровни притязаний. Социальная роль, ее определение. Требования, предъявляемые к социальной роли (универсальные нормы, социальные, организационные, групповые, личностные). Психология ответственности. Личность: между нормой и патологией, понятие о нормальной и аномальной личности, акцентуации характера и психопатии. Психологический портрет индивидуальности. Уровень самооценки и карьерный рост. Принцип саморазвития.

#### 2.11 Социально-психологическая структура отношений в организации

Общение как социальный феномен. Управленческое общение: перцепция, обмен информацией, взаимодействие. Вербальные и невербальные средства общения. Превосходство, привлекательность и отношение к партнеру, факторы формирования первого впечатления. Роль социальной стереотипизации в механизмах взаимовосприятия. Механизмы объективного понимания партнера: эмпатия, идентификация, аттракция, рефлексия и каузальная атрибуция. Барьеры авторитет, избегание и понимание – психологические препятствия общения. Дистанция и позиция в общении. Уверенность как результат отношения к себе и окружающим. Нейро-лингвистическое программирование среди приемов гармонизации личности с окружением. Психологическая сущность организации. Групповая динамика и групповые феномены в организации. Стадии развития коллектива. Формально-неформальные отношения в организации. Психологические феномены групповой жизнедеятельности. Психология малых групп. Лидеры и последователи в малой группе. Распределение деловых ролей в организации. Управление социально-психологическим климатом организации. Психология больших групп и толпы. Социометрия и референтометрия. Организационная культура, ее компоненты и развитие.

#### Темы эссе

1. Понятие и сущность управления с позиций современных наук.
2. Основные проблемы современной теории менеджмента.
3. Значение истории управленческой мысли для современной науки и практики менеджмента организации.
4. Менеджмент в условиях глобализации экономики.
5. Предпосылки формирования профессии менеджера. Проблемы собственников и менеджеров.
6. Концепция технократического управления: все «за» и «против».
7. Концепция административного управления: актуальна для российских компаний?
8. Ценностный подход в менеджменте - как способ максимизации ценностей и добавленной стоимости.
9. Роль и место человека в системе управления.
10. Эволюция концепций мотивации: первоначальные концепции – современный подход, их актуальность для современной России.
11. Специфика управления инновациями на развивающихся рынках.

12. Концепция и модели стратегического управления человеческими ресурсами.
13. Особенности потребительского поведения на развивающихся рынках
14. Влияние психологии и социологии на развитие менеджмента организации.
15. Основные тенденции современного менеджмента и методы повышения его эффективности
16. Коммуникативные и информационные технологии в современном менеджменте.
17. HR-менеджмент: российский, американский, западноевропейский и азиатский опыт
18. Влияние психологии и социологии на развитие менеджмента организации
19. Основные тенденции современного HR-менеджмента и методы повышения его эффективности
20. HR-специалист ближайшего будущего - каким вы его видите?
21. Личные и социально — психологические потребности во власти и подчинении.
22. Культура управления в организациях как социально-психологическая проблема.
23. Личность как объект управления.
24. Представления руководителя о самом себе и их связь с эффективной управленческой деятельностью.
25. Влияние жизненных кризисов на эффективность профессиональной деятельности руководителя.
26. Психологические аспекты профессиональной карьеры руководителя.
27. Психологические аспекты самоменеджмента руководителя
28. Мотив как психологическая причина поведения.
29. Социально-психологические механизмы поведения личности в кол-лективе.
30. Место социального контроля в управлении групповыми процессами
31. Использование средств PR в управлении
32. Коммуникативная компетентность руководителя как условие эффективной управленческой деятельности.
33. Стиль руководства как фактор эффективности деятельности коллектива.
34. Социально-психологические основы принятия управленческих ре-
35. Психологические требования к ведению эффективных бесед и переговоров.
36. Специфика и закономерности управленческого общения.
37. Средства психологического влияния.
38. Психологические особенности конфликта как типа взаимодействия.
39. Легитимность власти: юридический и психологический аспект.
40. Административные и психологические ресурсы управленческой деятельности.
41. Особенности психологии должности в органах власти.
42. Психологические механизмы влияния и взаимовлияния в процессе общения руководителя и подчиненного.
43. Психология манипуляции личностью в процессе управления.
44. Социально-психологические аспекты регулирования конфликтов в организации
45. Социально-психологическая адаптация работников
46. Социально-психологические основы лидерства в органах власти.
47. Социально-психологические аспекты управления в экстремальных ситуациях.
48. Особенности психологического управления в органах государственной власти.
49. Социально-психологические проблемы и тенденции современной молодёжи
50. Роль эмоционального интеллекта в бизнесе и в жизни человека

Требования к эссе.

1. Первая страница эссе - титульная. На титульной странице указывается название вуза (ВолГУ), тема эссе, ФИО абитуриента. (Приложение 1).

2. Последняя страница эссе - список использованной литературы (источников). Количество использованных источников - не менее десяти. Список использованной литературы, озаглавленный как СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ, составляется в алфавитном пронумерованном порядке. Он должен быть оформлен согласно ГОСТ Р 7.0.5-2008 с указанием обязательных сведений библиографического описания. (Приложение 2).

3. Все остальные страницы эссе, кроме указанных выше, считаются "внутренними". Количество внутренних страниц от 10 до 15. Ссылки внутри текста на использованную литературу обязательны. Ссылки на литературу указываются в строке текста в квадратных скобках и через запятую содержат номера соответствующих цитируемых страниц. Допускаются постраничные сноски.

4. Эссе оформляется в текстовом редакторе (например, MS Word, OpenOffice, LibreOffice) и предоставляется в электронном и в печатном виде. Формат страницы - А4, ориентация - книжная, все поля - 2 см, шрифт - Times New Roman, размер шрифта - 14 pt, межстрочный интервал - полуторный, абзац: отступ - 1,25 см, интервал перед - 0, после - 0. Нумерация страницы - внизу по центру, при этом: титульная страница не нумеруется, но считается первой.

5. Если в тексте имеются ссылки на формулы, то формулы нумеруются с выравниванием номера по правой границе. Номера формул указываются в круглых скобках. Включение формул в текст в виде рисунков не допускается.

6. Эссе должно отражать индивидуальные впечатления и соображения по теме с учетом понимания терминологии, методологического аппарата и последних достижений в сфере рекламы и связей с общественностью. Уровень оригинальности эссе должен быть не менее 70%.

### 3. Методика и критерии формирования оценок

На основании предоставленного эссе и по результатам собеседования предметная комиссия формирует итоговую оценку следующим образом.

Баллы	Полнота ответов при собеседовании
91-100	Продемонстрировано уверенное знание выбранной тематики, понимание основных принципов, закономерностей предметной области, знакомство с историей развития предметной области. Допустимы несущественные упущения при изложении или обсуждении вопроса.
71-90	Наличие упущений при изложении или обсуждении вопроса, которые абитуриент в состоянии исправить либо самостоятельно, либо отвечая на дополнительные вопросы предметной комиссии. При этом также продемонстрирован высокий уровень знакомства с предметной областью.
60-70	Абитуриент допускает серьезные ошибки при изложении или обсуждении тематики эссе, однако дает корректные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов. Продемонстрирован не глубокий уровень знакомства с предметной областью при обсуждении тематики эссе.
0-59	Продемонстрировано незнание предметной области и при обсуждении тематики эссе, непонимание основных принципов, закономерностей, незнание истории развития предметной области.

Если итоговая оценка составляет 60 баллов и более, то считается, что студент сдал вступительные испытания с положительной оценкой. Студенты, получившие 0-59 баллов, не допускаются к участию в конкурсе.

#### 4. Список рекомендуемой литературы

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 249 с.
2. Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 164 с.
3. Барышев, А. В. Основы разработки управленческого решения : учебное пособие / А. В. Барышев. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 164 с.
4. Быстров, О. Ф. Теория менеджмента. Монография. / О. Ф. Быстров, Д. Э. Тарасов — Москва: Русайнс, 2020. — 182 с.
5. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 656 с.
6. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с.
7. Гапоненко, А. Л. Теория управления : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 336 с.
8. Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика) : монография / Б. М. Генкин. — 2-е изд., испр. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 352 с.
9. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 290 с.
10. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 363 с.
11. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 559 с.
12. Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации : учебное пособие / А. П. Егоршин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 388 с.
13. Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 319 с.
14. Иванова, Т. Ю. Теория менеджмента. Синергетический менеджмент : учебник для вузов / Т. Ю. Иванова, Э. М. Коротков, В. И. Приходько. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с.
15. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Антоненко [и др.] ; под редакцией В. А. Антонца, Б. И. Бедного. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 303 с.
16. Коргова, М. А. Менеджмент. Управление организацией : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с.
17. Коргова, М. А. Менеджмент. История менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 166 с.
18. Куприянов, Ю. В. Бизнес-системы. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Ю. В. Куприянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 217 с.
19. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 379 с.
20. Менеджмент: век XXI: сб. статей / под ред. О. С. Виханского, А. И. Наумова — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. — 352 с.
21. Менеджмент: традиционные и современные модели : справочное пособие / В. В. Филатов, А. Е. Алексеев, Ю. А. Галицкий [и др.] ; под ред. В. В. Князева, Д. С. Петросяна. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 474 с.

22. Моделирование управленческих решений в сфере экономики в условиях неопределенности : монография / И. И. Белолипцев, С. А. Горбатков, А. Н. Романов, С. А. Фархиева ; под ред. А. Н. Романова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. — 299 с.
23. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. А. Пузанова, Б. А. Аникин ; под редакцией Б. А. Аникина. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 319 с.
24. Староверова, К. О. Менеджмент. Эффективность управления : учебное пособие для вузов / К. О. Староверова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 269 с.
25. Тихомирова, О. Г. Транзакционный менеджмент: геймификация управления компаниями и людьми : монография / О.Г. Тихомирова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 178 с.
26. Хейг, П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство / Пол Хейг ; пер. с англ. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 370 с.
27. Шароватов, Ю. М. Дистанционный менеджмент: как управлять сотрудниками на удаленке / Ю. М. Шароватов. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 243 с.
28. Эффективное управление организационными и производственными структурами : монография / О. В. Логиновский, А. В. Голлай, О. И. Дранко [и др.] ; под ред. О. В. Логиновского. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 450 с.
29. Еникеев М. И. Общая и социальная психология: Учебник / М.И. Еникеев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:НОРМА: ИНФРА-М, 2010. - 640 с.
30. Захарова Л. Н. Психология управления [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л. Н. Захарова. - М.: Логос, 2014. - 376 с.
31. Милорадова Н. Г. Психология управления в условиях стабильной неопределенности [Электронный ресурс]: учеб. пособие. ? 2-е изд., стер. 7 М.: ФЛИНТА, 2015.
32. Островский Э. В. Психология управления: Учебное пособие / Э.В. Островский; Всероссийский заочный финансово-экономический институт. - М.: Вуз. учебник: ИНФРА-М, 2011. - 249 с.
33. Рапохин Н. П. Прикладная психология: Учебное пособие /Н.П. Рапохин. - М.: Форум: ИНФРА-М. 2013. - 432 с.

Председатель экзаменационной  
комиссии



Е.Г. Гущина

**ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОЙ СТРАНИЦЫ ЭССЕ**

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»  
Институт экономики и управления  
Кафедра менеджмента и маркетинга**

**ЭССЕ**

**на тему: «Количественные методы в менеджменте»**

**Выполнил абитуриент:  
Фамилия Имя Отчество**

**Волгоград 2026 г.**

## ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ОПИСАНИЙ В СПИСКАХ ЛИТЕРАТУРЫ

Описание источников в Списке литературы приводится по ГОСТ 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления.

### На русском языке СТАТЬЯ В ЖУРНАЛЕ

#### Один автор

Штрекалова А.С. Территориальный маркетинг 3.0: Становление ценностно-интегрированной парадигмы // Маркетинг в России и за рубежом. 2017. № 6. С. 9-18.

#### Два автора

Пономарева А.М., Пономарев А.И. Ситуативный маркетинг как креативный инструмент маркетинговых коммуникаций // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 2. С. 58-64.

#### Три автора

Гаврилова А.В., Штоколова К.В., Попцова В.А. Реклама как средство маркетинговой коммуникации // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 2 (82). С. 10.

#### Четыре и более авторов

Соловьева Д.В., Булыгина А.Н., Старокошко Е.Д., Шатохина Д.Д. Формирование брендов интеллектоемких событий // Практический маркетинг. 2018. № 7 (257). С. 36-44.

### СТАТЬЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ЖУРНАЛЕ

Галимуллина Н.М. Региональные особенности нейминга // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2017. № 16. С. 24-28. - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29763077> (дата обращения: 26.09.2018).

### СТАТЬЯ В СБОРНИКЕ НАУЧНЫХ ТРУДОВ

Тоноян К.Л., Мирошниченко Е.М. Дизайнерские методы привлечения внимания аудитории к рекламе в печатных средствах массовой информации. В сборнике: Молодой исследователь: вызовы и перспективы сборник статей по материалам LVIII междунар. науч.-практ. конф. 2018. С. 93-96.

### КНИГИ

#### Один автор

Сафронов А.В. Связи с общественностью: учебник и практикум / Фадеева Е.Н., Сафронов А.В., Красильникова М.А. - Москва: Юрайт, 2018. - 263 с.

#### Один автор (с указанием серии)

Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики / В. И. Беляев. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: КноРус, 2010. - 676 с.

#### Один автор (учебник в нескольких частях)

Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики (реклама, брендинг, PR, SMM). В 2 Ч. Часть 2. Учебник и практикум / Москва: Юрайт, 2016. 356 с.

#### Один автор (несколько городов и издательств)

Ноздренко, Е.А. Система культуры: новые детерминанты. Реклама как фактор современного культурно-исторического процесса: монография / Е.А. Ноздренко, Н.П. Копцева; СФУ. - Москва; Красноярск: ИНФРА-М; СФУ, 2018. - 155 с.

#### Два автора

Морозова Е.В., Морозов С.А. Политическая реклама: региональное измерение. 2001. Краснодар: "Кубанский государственный университет". 177 с.

### Переиздание книги

Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью / Малькевич А.А. - 2-е изд.; испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2018. - 109 с.

### ЭЛЕКТРОННАЯ ЛЕКЦИЯ

Чабанюк Т.А. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс] / «Комсомольский-на-Амуре

государственный технический университет». - Дата публикации в Интернет: 15.11.2013. - 62 с. - URL: [https://knastu.ru/media/files/posobiya\\_files/\\_i\\_praktika\\_reklamy\\_UJoyGv.pdf](https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_i_praktika_reklamy_UJoyGv.pdf) (дата обращения: 26.09.2018).

### **МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИЙ**

Сапина А.А. Удовлетворенность потребителей политической рекламой: теоретический и эмпирический подходы к исследованию. В сборнике: Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XVI Международной научно-практической конференции: в 2 ч. 2018. С. 53-55.

### **На иностранных языках**

#### **КНИГИ**

##### **Без автора**

Advertising and branding: concepts, methodologies, tools, and applications. 2017. IGI Global. P. 1806.

##### **Один автор**

Hackley Ch.E. Advertising and promotion. Communicating brands / Chris Hackley. London [etc.], Sage 2005.

##### **Один автор (электронный ресурс)**

Elliott M.R. Combining data from probability and non-probability samples using pseudo-weights [Electronic resource] // Survey Practice. - 2009, august. URL: <http://surveypractice.files.wordpress.com/2009/08/elliott.pdf>.

#### **КНИГИ С СЕРИЕЙ**

Rapoport E., Pleshivtseva Y. Optimal control of induction heating of metals prior to warm and hot forming. New York: CPS Press: Taylor & Francis group, 2014. P. 366-401. (ASM Handbook series; vol. 4C. Induction Heating and Heat Treatment / ASM International, USA).

#### **СТАТЬЯ В ЖУРНАЛЕ**

Furse C. A survey of phased arrays for medical applications // Applied Computational Electromagnetic Society Journal. 2006. Vol. 3, N 21. P. 365-379.

#### **СТАТЬЯ В ЖУРНАЛЕ (С УКАЗАНИЕМ DOI)**

Modelling study of MQW LED operation / V.F. Mymrin, K.A. Bulashevich, K.A. Podolskaya, L.A. Zhmakin, S.Yu. Karpov, Yu.N. Makarov // Physica Status Solidi (c). 2005. Vol. 2, iss. 7. P. 2928-2931. doi: 10.1002/pssc.200461289.

### **МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИЙ**

ObaidRR, Habetler T.G., Stack J.R. Stator current analysis for bearing damage detection in induction motors // 4th IEEE International symposium on diagnostics for electrical machines, power electronics and drives, SDEMPED 2003, 24-26 aug. 2003: Proceedings. New Jersey, 2003. P. 182-187.

#### **МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИЙ (ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС)**

Elgina G.A., Ivoylov E.V., Deeva V.S. Fans Paravey in diagnosis vortex inductive of structure [Electronic resource] // Digests 10th Annual conference "Young people and science", Krasnoyarsk, 15-25 April 2014, SFU, Russian. Krasnoyarsk, 2014. P. 31-33. - URL: <http://conf.sfu-kras.ru/conf/mn2014/>.

#### **АВТОРЕФЕРАТЫ ДИССЕРТАЦИЙ**

Winston D. W. Physical simulation of optoelectronic semiconductor devices: The thesis for PhD degree / Faculty of the graduate school of the university of Colorado. Colorado, 1996. -186 p.