

	<b>МИНОБРНАУКИ РОССИИ</b>
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Владивостокский государственный университет экономики и сервис»
	<i>Кафедра дизайна и технологий</i>

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель экзаменационной комиссии,  
д-р техн наук, профессор



И.А. Шеромова

**Программа вступительных испытаний  
в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент»  
профиль «Менеджмент в индустрии моды»**

**1. Структура вступительного испытания**

Вступительное испытание носит междисциплинарный характер и включает материал по дисциплинам профессионального цикла по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в индустрии моды.

**2. Содержание вступительного испытания**

Основные направления деятельности индустрии моды и их особенности. Средства обеспечения коммуникационного процесса в сфере. Основные участники сервисной структуры в сфере индустрии моды. Влияние потребностей клиентов на концепцию товара или услуги. Понятие целевой аудитории. Особенности процессов входного контроля материалов на предприятиях по производству одежды.

**3. Форма вступительного испытания**

Вступительное испытание проводится в форме бланкового тестирования. Кроме того, на вступительные испытания абитуриенты подготавливают эссе.

**4. Шкала оценивания вступительного испытания**

4.1. При приеме на обучение по программам магистратуры результаты каждого вступительного испытания оцениваются по 100-балльной системе.

4.2. Минимальное количество баллов, свидетельствующее об успешном прохождении вступительного испытания установлено на уровне 30 баллов.

**5. Вопросы к вступительному испытанию**

**5.1. Вопросы для тестирования:**

1. Специальности, относящиеся к сфере индустрии моды
2. Понятие целевой аудитории.

3. Общее название материалов, изготавливаемых в процессах, ткачества, вязания и других аналогичных производств.
4. Средства обеспечения коммуникационного процесса в сфере индустрии моды.
5. Предприятия сферы индустрии моды.
6. Количественные методики для изучения потребностей целевой аудитории.
7. Показатели входного контроля качества тканей на предприятиях по производству одежды.
8. Определение бизнес-плана.
9. Элементы фирменного стиля.
10. Участники сервисной структуры в индустрии моды.

#### **5.2 ЭССЕ (краткое описание, 3-5 страниц):**

1. Указать цели обучения в магистратуре.
2. Дать характеристику направления предполагаемых исследований.
3. Обосновать актуальность проведения исследований в данной области.
4. Дать оценку предполагаемых результатов исследований.

## **6. Список литературы**

1. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.edukids.ru/articles/383>
2. Мескон, Альберт, Хедоури. Основы менеджмента. 3-е издание, М.: ООО «ИД Вильямс», 2008
3. Тайнгет М., Построение бренда в сфере моды: от ARMANI до ZARA. М.: Альпина Паблишер. 2008. – 272с.
4. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент. – М.: Дана-Юнити, 2011.- 652с.
5. Серова Т.М., Афанасьева А.И., Илларионова Т.И. и др. Современные формы и методы проектирования швейного производства. – М.- Из-во МГУДТ. 2004 – 283с.
6. Суворова О.В. Материаловедение швейного производства: Учебное пособие /О.В. Суворова – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001 – (среднее профессиональное образование).

*Программа утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий  
11.04.2017, протокол №8.*