

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		



ПРОГРАММА

вступительных испытаний по научной специальности

5.2.3. РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

для поступающих на обучение по программам подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре Ульяновского государственного университета

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Лاپин Анатолий Евгеньевич	ЭАиГУ	Д.э.н., профессор

Ульяновск, 2022

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

1. Общие положения

1.1. Программа вступительного испытания по специальной дисциплине соответствующей научной специальности программы подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (далее - Программа), сформирована на основе требований федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к программам магистратуры (специалитета) по соответствующим направлениям (специальностям) подготовки. Программа разработана для поступления на обучение в аспирантуру УлГУ.

Программой устанавливается:

- форма, структура, процедура сдачи вступительного испытания;
- шкала оценивания;
- максимальное и минимальное количество баллов для успешного прохождения вступительного испытания;
- критерии оценки ответов.

Вступительное испытание проводится на русском языке.

1.2. Организация и проведение вступительного испытания осуществляется в соответствии с Правилами приема, утвержденными решением Ученого совета УлГУ, действующими на текущий год поступления.

1.3. По результатам вступительного испытания, поступающий имеет право подать на апелляцию о нарушении, по мнению поступающего, установленного порядка проведения вступительного испытания и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов вступительного испытания в порядке, установленном Правилами приема, действующими на текущий год поступления.

2. Форма, структура, процедура, программа вступительного испытания и шкала оценивания ответов

2.1. Вступительное испытание по специальной дисциплине проводится в форме устного экзамена в соответствии с перечнем тем и (или) вопросов, установленных данной Программой.

2.2. Процедура проведения экзамена представляет собой сдачу экзамена в очной форме и (или) с использованием дистанционных технологий (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительных испытаний): очно и дистанционно.

2.3. Результаты проведения вступительного испытания оформляются протоколом, в котором фиксируются вопросы экзаменаторов к поступающему. На каждого поступающего ведется отдельный протокол.

2.4. Программа экзамена.

Примерный перечень тем и вопросов для подготовки к сдаче экзамена и формирования билетов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

5.2.3. РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

1. Поведение потребителя

Потребительские предпочтения. Кривые безразличия. Карта кривых безразличия. Предельная норма замещения, формы кривых безразличия и основные типы экономических благ. Бюджетное ограничение и его характеристика. Влияние изменения цен и доходов на бюджетную линию. Выбор потребителя. Полезность экономического блага.

2. Теории спроса

Спрос и его графическое отображение. Кривая «цена-потребление» и построение кривой спроса. Кривые Энгеля. Полноценные и неполноценные товары. Эффект дохода и эффект замещения и их значения в случае полноценного и неполноценного товара. Индивидуальный и рыночный спрос. Факторы спроса. Изменение спроса и изменение его величины. Эластичность спроса по цене и доходу. Излишек потребителя. Групповые экстерналии.

3. Теория производства фирмы

Производственная функция. Изокванты. Карта изоквант т. Краткосрочный и долгосрочные периоды в анализе производства. Производство с одним переменным ресурсом. Средний и предельный продукты и их взаимосвязь. Закон убывающей производительности. Производство с двумя переменными ресурсами. Предельная норма технологического замещения. Отдача от масштаба.

4. Издержки производства

Измерение издержек. Экономические и бухгалтерские издержки. Основные виды издержек. Издержки в краткосрочном периоде. Графическая интерпретация кривых издержек производства. Издержки производства в долгосрочном периоде. Изокоста. Выбор сочетания факторов, минимизирующих издержки при выпуске заданного объема производства.

5. Принципы ценообразования при рыночной власти

Присвоение излишка потребителя. Ценовая дискриминация первого рода. Ценовая дискриминация второго рода. Ценовая дискриминация третьего рода. Многопериодная ценовая дискриминация. Двух этапная оплата как вид ценовой дискриминации.

6. Потребление и сбережение

Функциональное назначение и взаимосвязь потребления и сбережения. Функция потребления и функция сбережения. Предельная и средняя склонность к потреблению и сбережению. Структура валовых национальных сбережений. Механизм трансформации сбережений в инвестиции. Парадокс бережливости.

7. Мультипликативный эффект. Автономные и производные инвестиции

Отличия автономных и производных инвестиций. Мультипликатор. Соотношение мультипликатора и предельной склонности к потреблению. Взаимодействие мультипликатора и акселератора в их совместном влиянии на динамику национального продукта.

8. Фиаско рынка и функции государства

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

Основные проявления рыночного фиаско и виды экономической политики. Внешние эффекты. Нейтрализация внешних эффектов. Налоги Пигу. Общественные и квазиобщественные блага, их свойства. Проблема Фрирайдера.

9. Макроэкономическая нестабильность. Механизм циклических колебаний

Понятие экономической конъюнктуры. Циклическая форма движения процесса воспроизводства. Классификация экономических циклов. Деловой цикл и его фазы.

Механизм выхода из кризиса. Понятие кризиса в экономике и на предприятии.

Управление в условиях кризиса.

10. Антициклическое регулирование экономики

Политика краткосрочной стабилизации. Противодействие колебаниям экономической конъюнктуры средствами денежно-кредитной и фискальной политики. Противоречивость ан in циклического регулирования. Экономико-политический цикл.

11. Основные элементы механизма антикризисного управления

Понятие антикризисного управления. Цели и задачи антикризисного управления. Стадии развития кризиса. Мероприятия по выходу из кризиса. Подсистемы механизма антикризисного управления.

12. Банкротство предприятий и выход из него

Общая характеристика банкротства. Процедуры банкротства. Наблюдение. Внешнее управление. Финансовое оздоровление. Особенности конкурсного производства. Особенности мирового соглашения.

13. Содержание теории организации

Основные смысловые варианты понятия «организация». Целерациональный и естественный подход к исследованию организации. Объект и предмет теории организации. Роль теории организации в совершенствовании процесса управления (менеджмента). Организация как система: понятие системы, определение основных и специфических свойств

14. Структура организации и ее элементы

Определение структуры. Цели проектирования организации. Элементы организационной схемы: специализация рабочих заданий, департаментализация, командная цепочка, норма управляемости, централизация и децентрализация, формализация.

15. Виды организационных структур и факторы, определяющие их выбор

Механистические и органические организационные структуры. Функциональные, дивизиональные. проектные, матричные, виртуальные, сетевые. Факторы, влияющие на выбор структуры: стратегия организации, размер организации, технология организации, степень неопределенности внешней среды.

16. Роль коммуникаций в управлении

Определение коммуникаций. Функции коммуникации: контрольная, мотивационная, функция эмоционального выражения, информационная. Виды коммуникации: межличностные и организационные. Схема процесса межличностного общения. Типы коммуникативных сетей.

17. Мотивация в управлении: содержание и роль

Определение мотивации. Элементы мотивационного процесса: потребность, мотив, стимул. Ранние теории мотивации: иерархия потребностей А. Маслоу; теория Х и теория У Мак Грегора, теория существования, связанности и роста К. Альдерфера; теория приобретения потребностей Д. Мак Клелланда; двухфакторная теория Ф. Герцберга.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

Специфика мотивационного процесса разных категорий работников. Современные принципы мотивационного процесса 18. Организационные теории
Классические Организационные теории; Теория организационного поведения; Институциональная теория. Популяционно-экологическая теория. Признаки кризиса менеджмента.

19. Организационная культура как Фактор эффективности современной организации
Содержание организационной культуры. Типология организационной культуры. Современная российская организационная культура: основные элементы. Роль организационной культуры в конкурентной борьбе. Организационная культура синергетический параметр порядка

20. Современные проблемы организационного проектирования

Понятие организационной структуры. Основные элементы организационного проектирования. Факторы, определяющие организационную структуру. Основные виды организационных структур и эволюция их развития. Перспективы развития организационных структур. Парадигматический кризис в менеджменте. Изменение содержания управленческой деятельности в условиях информационной экономики.

21. Развитие организации на разных этапах жизненного цикла

Модели жизненного цикла Л.Грейнера, И.Адизеса. Код менеджмента РАЕИ. Развитие ролей менеджмента и их влияние на достижение эффективности и результативности в развитии организации.

22. Организация как процесс

Организационные парадигмы. Принципы и законы организации. Кибернетический подход в теории организации: Детерминированный; программно-целевой, ценностно-ориентированный методы управления. Синергетика как новая концепция управления: содержание и основные категории. Парадигматический кризис в менеджменте. Изменение содержания управленческой деятельности в условиях информационной экономики.

23. Организация как социум

Определение понятия социальной общности. Основные регуляторы в социально-экономической системе: целевое управленческое воздействие, саморегуляция, организационный порядок. Модель личности как системы.

24. Научное исследование: сущностные и пню IOI пческие характеристики

Понятие научного исследования. Составляющие методологии исследования: проблема, цель, предмет, объект, методы. Содержание НИОКР. Сущность и различия фундаментальных и прикладных исследований. Проблематика финансирования научных исследований.

25. Научные организации и научные фонды: проблемы развития и специфика взаимодействия

Академическая наука. Вузовская наука. Проблемы и перспективы реформирования научных организаций в современных условиях. Научные фонды, их виды. Направления и особенности граитовой поддержки.

26. Теоретические аспекты инноватикн

Понятия новации и инновации. Классификация инноваций по содержанию и потенциалу. Этапы жизненного цикла инновации. Влияние инновационного процесса на экономическое развитие.

27. Венчурный бизнес: венчурные фирмы и венчурные фонды

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

Характеристика деятельности венчурных фирм. Проблемы финансирования венчурных проектов. Венчурные фонды: специфика и проблематика деятельности.

28. Инфраструктурные элементы в процессе коммерциализации инновационных идей

Инкубаторы бизнеса - понятие, роль в поддержке инновационного предпринимательства. Технопарк - предназначение, ключевые факторы успеха. Технополис как основа регионального инновационного развития. Научноград как российский вариант 'технополиса'.

29. Инновационные стратегии современных организаций

Эксплореры, имитаторы, патенты. Коммутирующие: су и и юстные характеристики, приоритетные для разработки инновации, направления обеспечения запаса конкурентоспособности.

30. Решение об оптимальном объеме производства в условиях совершенной конкуренции

Признаки совершенной конкуренции. Спрос и предельный доход конкурентной фирмы. Условие оптимального объема выпуска. Конкурентная фирма с положительной прибылью. Конкурентная фирма с нулевой прибылью. Конкурентная фирма, минимизирующая убытки. Кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде. Излишек производителя для фирмы и его соотношение с прибылью. Выбор объема производства в долгосрочном периоде.

31. Решение об оптимальном объеме производства в условиях монополии

Признаки монополизированного рынка. Средний и предельный доход в условиях монополии. Выбор монополистом оптимального объема производства. Общественные издержки монополизации рынка. Проблема регулирования цен. Естественная монополия и особенности ее регулирования.

32. Решение об оптимальном объеме производства в условиях несовершенной конкуренции

Признаки и особенности рынка монополистической конкуренции. Модель ценообразования монополистического конкурента. Особенности олигополистического рынка. Согласование ценообразования олигополистами. Модель Курно.

33. Ценовая дискриминация

Присвоение излишка потребителя как цель ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первого рода. Ценовая дискриминация второго рода. Ценовая дискриминация третьего рода. Двухэтапная оплата как вид ценовой дискриминации.

34. Макроэкономическое равновесие

Совокупный спрос и совокупное предложение. Модели макроэкономического равновесия: классическая и кейнсианская. Мультипликационные эффекты в национальной экономике.

35. Денежная система

Денежная масса и ее структура, денежные агрегаты. Денежный рынок. Спрос на деньги: кейнсианское и монетаристское объяснение. Предложение денег банковской системой. Монетарная политика: инструменты, направления, эффективность.

36. Финансовая система и фискальная политика

Структура финансовой системы. Государственный бюджет, его функции и структура. Бюджетный дефицит и способы его покрытия. Экономические последствия увеличения государственного долга. Функции и принципы налогообложения. Сущность, цели и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

инструменты фискальной политики, ее основные виды. Дискреционная фискальная политика. Фискальная политика, ориентированная на предложение. Недискреционная фискальная политика.

37. Макроэкономическая нестабильность: инфляция и безработица

Инфляция: понятие, показатели, виды. Кейнсианская и монетаристская трактовки причин инфляции. Экономические последствия инфляции. Влияние инфляции на распределение дохода, эффективность производства, предпринимательскую активность. Экономические издержки инфляции. Антиинфляционная политика: правила, виды, эффективность. Теория безработицы. Понятие «полной» занятости и естественная безработицы. Потери от безработицы (закон Оукена). Взаимосвязь инфляции и безработицы.

38. Методы исследования систем управления

Классификация методов: по направлениям их использования; по способу и источнику получения информации об объектах исследования. Выбор методов исследования.

39. Социологические исследования в менеджменте

Классификация видов социологических исследований. Цели теоретических и прикладных социологических исследований в менеджменте. Методы социологических исследований в менеджменте.

40. Цели и разновидности управления человеческими ресурсами

Определение управления человеческими ресурсами. Жесткий и гибкий подход к управлению человеческими ресурсами. Цели управления человеческими ресурсами. Функции системы УЧР.

41. Стратегическое управление человеческими ресурсами

Стратегическое управление человеческими ресурсами как часть процесса стратегического управления компанией. Внешнее и внутреннее соответствие стратегий управления человеческими ресурсами. Модели стратегического управления человеческими ресурсами.

42. Формирование управленческой команды

Понятие и сущность управленческой команды. Типы команд. Отличительные особенности эффективной управленческой команды. Этапы формирования управленческой команды. Роли участников управленческой команды,

43. Методологические основы управленческого консультирования

Управленческое консультирование и управленческий консалтинг: понятийный анализ. История возникновения и становления управленческого консультирования в России и за рубежом. Консультационные услуги в области управления: сущность, характеристики и типология.

44. Роль презентации в управленческом консультировании

Презентация: сущность, виды, роль в обучающем и сопровождающем управленческом консалтинге. Техника подготовки и проведения презентации. Целевая аудитория участников презентации: характеристики, особенности поведения, стили общения. Способы повышения результативности презентации как инструмента управленческого консультирования.

45. Целесоопределение в организации

Миссия организации: понятие, значение для деятельности организации, требования к формулировке. Формы представления миссии фирмы (лозунг, абзац, «Положение о миссии»). Аспекты, отражаемые в миссии. Цели организации: понятие, виды. Требования, предъявляемые к формулировке цели. «Дерево целей».

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

46. Анализ внешней среды организации

Структура внешней среды организации (политические, научно-технические, экономические, демографические, природные и культурные факторы; конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудитории). Модель пяти конкурентных сил, предложенная М. Портером. Маркетинговые исследования: сущность, виды и роль в анализе внешней среды организации.

47. Инструменты стратегического анализа

Методика проведения SWOT-анализа (матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз). Портфельный анализ: сущность и значение (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ).

48. Стратегии роста организации

Стратегии интенсивного роста. Матрица «развития товара/рынка», предложенная И. Ансоффом. Стратегии интеграции (вертикальная и горизонтальная интеграция). Стратегии диверсификации (концентрическая, горизонтальная и конгломератная). Конкурентные стратегии, выделенные М. Портером (лидерство по издержкам, дифференциация, концентрация).

49. Возникновение и развитие маркетинга

Генезис терминологической сущности и научной теории маркетинга. Эволюция общей идеологии, содержания и организационного структурирования маркетинговой деятельности на предприятиях. Развитие маркетинга в России.

50. Управление маркетингом на предприятии

Сущность процесса управления маркетингом на предприятии и содержание этапов: анализ рынка (маркетинговой среды) и оценка Потенциала предприятия; выбор целей и стратегий маркетинговой деятельности предприятий; разработка комплекса маркетинга: организационное структурирование и контроль маркетинговой деятельности. Роль управления персоналом в подготовке специалистов по маркетингу.

51. Управление товаром в системе маркетинга на предприятии

Определение товара и основные классификации товаров в маркетинге. Особенности принятия маркетинговых решений (стратегий, марочных, упаковочных, сервисных) на этапах: процесса разработки новых товаров; жизненного цикла товаров.

52. Ценовой маркетинг на предприятии

Содержание маркетинговой деятельности предприятий в процессе ценообразования: выбор целей и ценовых стратегий: анализ спроса на товар; анализ издержек; анализ цен конкурентов; выбор методов ценообразования: ценовое решение фирмы

53. Сбыт 1 (жаров в системе маркетинга на предприятии

Основные функции, методы реализации товаров. Сбытовая сеть предприятий: определение, состав каналов распределения, принципы их объединения и характеристика основных участников.

54. Маркетинговые службы предприятий

Роль маркетинговых служб на предприятиях. Основные типы маркетинговых организационных структур и их сравнительный анализ. Особенности взаимодействия маркетинговых служб с основными управленческими подразделениями на предприятиях.

55. Маркетинговые стратегии: конкурентные и в зависимости от конъюнктуры рынка.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

Атакующие и оборонительные конкурентные стратегии: сущность и характеристики. Стратегии маркетинга в зависимости от динамики спроса (конъюнктура рынка).

56. Сегментации рынка

Сущность сегментации рынка. Объективные и субъективные критерии сегментации рынка. Одномерные методы сегментации рынка. Параллельные и последовательные методы сегментации рынка. Стратегические маркетинговые решения на основе сегментации рынка: дифференцированный и концентрированный маркетинг.

57. Логистика снабжения

Организация снабжения на предприятии. Преимущества и недостатки централизованного и децентрализованного подходов в снабжении. Основные требования к выбору поставщика. Алгоритм построения балльной оценки поставщиков.

58. Управление материальными потоками на складе

Сущность запасов и их предназначение. Причины создания и минимизации материальных запасов. Классификация материальных запасов. Выбор склада. Эффективное использование складских площадей. Требования к размещению товаров на складе. Складские процессы. Расчет площади складирования.

59. Распределительная логистика

Основные формы распределения готовой продукции. Каналы распределения: параметры, структура. Типы логистических посредников. Выбор варианта размещения распределительного центра.

60. Управленческие решения: понятия, сущность, основные методы разработки

Понятие управленческого решения. Сущность управленческого решения. Особенности управленческого решения. Методы разработки управленческих решений и их общая характеристика: алгоритмические, активизирующие, экспертные, метод сценариев и метод дерева решений.

61. Моделирование при принятии управленческого решения

Понятие моделирования и его цель. Этапы процесса моделирования и их характеристики. Причины снижения эффективности моделирования. Наиболее распространенные модели принятия управленческих решений.

62. Модели в принятии управленческих решений

Модели: понятие, требования, причины использования. Типы моделей и их характеристика: экономико-математические, физические, аналоговые. Модели науки управления и их характеристика

63. Процесс разработки управленческих решений

Этапы процесса разработки управленческих решений: этапы подготовки к разработке, этапы разработки, этапы реализации и анализа. Общая характеристика и специфика этапов.

64. Экономическая сущность и виды инвестиций

Сбережения как источник инвестиций. Виды инвестиций. Цели и направления инвестирования. Взаимосвязь финансовых и реальных инвестиций.

65. Источники средств финансирования деятельности предприятия

Понятие источников финансирования и их классификация. Характеристика собственных и заемных средств предприятия.

66. Система показателей эффективности инвестиционных проектов

Понятие инвестиционных проектов. Существующие подходы к оценке эффективности инвестиционных проектов. Абсолютная и сравнительная эффективность капиталовложений.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

67. Технологии антикризисного управления

Реорганизация, ее виды. Реструктуризация предприятий, ее виды. Санация предприятия. Основные этапы реструктуризации и санации.

68. Диагностика кризисных явлений

Понятие диагностики. Основные принципы диагностики. Методы диагностики. Коэффициенты платежеспособности.

69. Кадровая политика в организации

Кадровая политика фирмы: понятие и сущность. Цели кадровой политики. Виды кадровой политики. Объекты и субъекты кадровой политики. Факторы, определяющие кадровую политику. Влияние экзогенных и эндогенных факторов на кадровую политику формы. Принципы разработки кадровой политики фирмы. Кадровая политика и эффективность организации.

70. Кадровое планирование в организации

Основные понятия кадрового планирования. Прогноз и определение количественных и качественных потребностей в персонале. Кадровое планирование. Цель кадрового планирования. Отбор и анализ информации для кадрового планирования. Факторы, воздействующие на процесс кадрового планирования. Планирование персонала как форма реализации кадровой политики фирмы. Оценка эффективности кадрового планирования.

71. Оценка персонала в организации

Цели и методы оценки персонала. Подходы к разработке системы оценки персонала. Работа с результатами оценки.

72. Группы и организационная эффективность

Виды групп. Факторы, влияющие на формирование группы. Факторы, определяющие производительность группы. Управление группой.

73. Найм и адаптация персонала

Внутренний и внешний найм. Факторы, определяющие форму найма. Резюме. Методы отбора. Программа адаптации персонала. Потери при найме и их минимизация.

74. Становление и развитие менеджмента качества

Контроль качества, управление качеством. Этапы развития систем качества. Концепция Деминга в управлении качеством. Программы Джурана и Кросби по формированию систем управления качеством на предприятии. Основные принципы системы «БИП» и системы «Канарспи».

75. Основные требования к построению системы управления качеством на

предприятии

Оценка систем управления качеством. Факторы выбора систем управления качеством. Документирование систем управления качеством.

76. Управление затратами на качество продукции

Информационная база анализа затрат на качество продукции. Методы анализа затрат обеспечение качества продукции.

77. Активы предприятия: понятие и характеристика

Долгосрочные и краткосрочные (оборотные средства) активы. Денежные средства. Дебиторская задолженность. Чистая дебиторская задолженность. Материально-производственные запасы. Коэффициенты ликвидности: общая, срочная, абсолютная. Факторы, определяющие повышение ликвидности предприятия.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

79. Показатели деловой активности предприятия

Основные активы и пассивы предприятия. Коэффициенты деловой активности: оборачиваемость активов, дебиторской и кредиторской задолженности, материально-производственных запасов, собственного капитала.

80. Показатели доходов и расходов в системе финансового управления

Основные показатели доходов, прибыли и расходов в системе финансового управления (виды выручки, виды прибыли, виды расходов). Коэффициенты рентабельности: активов, реализации, собственного капитала.

81. Сущность рисков и организация системы управления рисками в организации Понятие и классификация риска. Этапы управления рисками. Идентификация рисков. Общая характеристика методов оценки риска.

82. Методы управления рисками

Общая характеристика управления рисками в организации. Группы методов. Финансирование риска. Дублирование риска. Страхование риска.

83. Сущность управления проектами

Понятие проекта, программы, портфеля и система проектов. Особенности проектов как вида деятельности. Понятие управление проектами. Ограничения, накладываемые на проект. Сравнение традиционного и проектного управления. Основные участники проекта и их функции. Менеджер проекта как ключевая фигура в структуре проекта.

84. Планирование проекта

Понятие планирование проектам. Планирование по вехам. Детальное планирование: понятие, содержание проекта, иерархическая структура работ, матрица ответственности. Календарное планирование: понятие, временные параметры проекта, оценка продолжительности работ. Ресурсное планирование.

85. Управление стоимостью проекта

Понятие и процессы управления стоимостью проекта. Затраты проекта. Оценка стоимости работ, Сметы и бюджет проекта. Контроль стоимости проекта.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ

1. Поведение потребителя
2. Теория спроса
3. Теория производства фирмы
4. Издержки производства
5. Принципы ценообразования при рыночной власти
6. Потребление и сбережение
7. Мультипликативный эффект. Автономные и производные инвестиции
8. Фиаско рынка и функции государства
9. Макроэкономическая нестабильность. Механизм циклических колебаний
10. Антициклическое регулирование экономики
11. Основные элементы механизма антикризисного управления
12. Банкротство предприятий и выход из него
13. Содержание теории организации
14. Структура организации, и ее элементы
15. Виды организационных структур и факторы, определяющие их выбор
16. Роль коммуникаций в управлении

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

17. Мотивация в управлении: содержание и роль
18. Принципы организации
19. Организационные теории
20. Организационная культура как фактор эффективности современной организации
21. Современные проблемы организационного проектирования
22. Современные проблемы мотивационного процесса
23. Развитие организации по разным этапам жизненного цикла
24. Организация как процесс
25. Организация как социум
26. Научное исследование: сущностные и типологические характеристики
27. Научные организации и научные фонды: проблемы развития и специфика взаимодействия
28. Этические аспекты инноватики
29. Венчурный бизнес: венчурные фирмы и венчурные фонды
30. Инфраструктурные элементы в процессе коммерциализации инновационных идей
31. Инновационные стратегии современных организаций
32. Решение об оптимальном объеме производства в условиях совершенной конкуренции
33. Решение об оптимальном объеме производства в условиях монополии
34. Решение об оптимальном объеме производства в условиях несовершенной конкуренции
35. Ценовая дискриминация
36. Макроэкономическое равновесие
37. Денежная система
38. Финансовая система и фискальная политика
39. Макроэкономическая нестабильность: инфляция и безработица
40. Методы исследования систем управления
41. Социологические исследования в менеджменте
42. Цели и разновидности управления человеческими ресурсами
43. Стратегическое управление человеческими ресурсами
44. Формирование управленческой команды
45. Методологические основы управленческого консультирования
46. Роль презентации в управленческом консультировании
47. Целеполагание в организации
48. Анализ внешней среды организации
49. Инструменты стратегического анализа
50. Стратегии роста организации
51. Возникновение и развитие маркетинга
52. Управление маркетингом на предприятии
53. Управление товаром в системе маркетинга на предприятии
54. Ценовой маркетинг на предприятии
55. Сбыт товаров в системе маркетинга на предприятии
56. Маркетинговые службы предприятий
57. Маркетинговые стратегии: конкурентные и в зависимости от конъюнктуры рынка.
58. Сегментация рынка
59. Логистика снабжения
60. Управление материальными потоками на складе

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

- 61.Распределительная логистика
- 62.Управленческие решения: понятия, сущность, основные методы разработки
- 63.Моделирование при принятии управленческого решения
- 64.Модели в принятии управленческих решений
- 65.Процесс разработки управленческих решений
- 67.Экономическая сущность и виды инвестиций
- 68.Источники средств финансирования деятельности предприятия
- 69.Система показателей эффективности инвестиционных проектов
- 70.Технологии антикризисного управления
- 71.Диагностика кризисных явлений
- 72.Кадровая политика в организации
- 73.Кадровое планирование в организации
- 74.Оценка персонала в организации
- 75.Группы и организационная эффективность
- 76.Найм и адаптация персонала
- 77.Становление и развитие менеджмента качества
- 78.Основные требования к построению системы управления качеством на предприятии
- 79.Управление затратами на качество продукции
80. Активы предприятия: понятие и характеристика
81. Показатели деловой активности предприятия
82. Показатели доходов и расходов в системе финансового управления
83. Сущность рисков и организация системы управления рисками в организации
84. Методы управления рисками
85. Сущность управления проектами
86. Планирование проекта
87. Управление стоимостью проекта

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнов Ю.А. Антикризисное управление: М: ЮНИТИ, 2009
2. Балдин К.В. Управленческие решения. - М: Дашков и К°, 2014
3. Бондаренко В. В. Менеджмент организации: введение в специальность. - М.: КноРус, 2010
4. Васин СМ. Управление рисками на предприятии. - М.: КноРус, 2010
5. Виханский О. С. Менеджмент. - М.: Магистр: Инфра-М, 2014
6. Гродский В. С. Экономическая теория. - СПб.: Питер, 2013
7. Иванова Т. Ю. Теория организации.- М.: КноРус ,2012
8. Игнатьева А. В. Исследование систем управления.- М.: ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право, 2010
9. Ивасенко А. Г. Антикризисное управление. - М.: КноРус, 2010
10. Капканщиков С.Г. Государственное регулирование экономики. - М.: КноРус ,2012
11. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент. - М.: Проспект, 2010
12. Красовский Ю.Д. Организационное поведение.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012
13. Кузнецов Б. Т. Инновационный менеджмент. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009
14. Кузнецов Ю.В. Теория организации.- М.: Юрайт, 2012
15. Маркетинг / С. Г. Божук и др.. - 4-е изд. - СПб.: Питер, 2012

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

16. Маркетинг / под ред. Н. М. Кондратенко. - М.: Юрайт, 2011
17. Маркетинг: общий курс. - М.: Омега-Л, 2009
18. Мишин В.М. Исследование систем управления.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008
19. Моосмюллер Г. Маркетинговые исследования с SPSS . - М.: Инфра-М, 2009
20. Панкрухин А.П. Маркетинг. - М.: Омега-Л, 2009
21. Пустынникова Е.В. Основы менеджмента. - М: КноРус ,2013
22. Рожкова Е. В. Инновационный менеджмент. - Ульяновск: УлГУ, 2011
23. Стратегический менеджмент / под ред. А. Н. Петрова. - СПб.: Питер, 2010
24. Стрекалова Н. Д. Бизнес-планирование.- СПб.: Питер, 2012.
25. Тебекин А.В. Управление качеством. - М: Юрайт, 2011
26. Тебекин А.В. Методы принятия управленческих решений. - М.: Юрайт, 2014
27. Третьякова Е. П. Теория организации. - М.: КноРус, 2009
28. Управление изменениями/ Под ред. Т.Ю. Ивановой.- М.:КноРус,2014
29. Управление качеством / под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009
30. Управление персоналом / Е.А. Аксенова и др. - М.: ЮНИТИ, 2009
31. Фаррахов А. Г. Менеджмент. - СПб.: Питер, 2014
32. Финансовый менеджмент/под ред. Е. С. Стояновой. - М.: Перспектива, 2010
33. Экономическая теория / под ред. Е. Н. Лобачевой. - М.: Юрайт, 2014
34. Экономическая теория / под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. - СПб.: Питер, 2010
35. Экономическая оценка инвестиций / под ред. М. И. Римера. - СПб.: Питер, 2014

2.5. Шкала оценивания ответов на экзамене

неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
до 39 баллов	40 - 74 баллов	75 - 84 баллов	85 - 100 баллов

Общая продолжительность экзамена составляет 45 минут.

Максимальное количество баллов за экзамен – 100. Минимальное количество баллов для успешного прохождения экзамена - 40. Поступающий, набравший менее 40 баллов за экзамен, не может быть зачислен в аспирантуру.

Таблица критериев оценки устных и письменных ответов (при наличии)

Вид деятельности		
Оценка	Балл	Уровень владения темой

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Программа вступительного испытания		

неудовлетворительно	до 39	Ответ на поставленный вопрос не дан или ответ неполный, отсутствует логичность повествования или допущены существенные логические ошибки
удовлетворительно	40-74	Ответ полный, допущены не существенные логические ошибки
хорошо	75-84	Ответ логичный, конкретный, присутствуют незначительные пробелы в знаниях материала программы
отлично	85-100	Ответ полный, логичный, конкретный, без замечаний. Продемонстрированы знания материала программы, умение решать предложенные задачи

Вступительное испытание проводится экзаменационной комиссией, действующей на основании приказа ректора.

Итоговая оценка за экзамен определяется как средний балл, выставленный всеми членами комиссии.