

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА

в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент»

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра менеджмента, определяемых действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент», и включает основные разделы менеджмента, знание которых необходимо для последующего освоения дисциплин магистерской программы.

Экзамен проводится в письменной форме. В билете два вопроса.

1. Теория спроса и предложения.

Спрос и его факторы. Предложение и его факторы. Рыночное равновесие и его изменение. Излишек потребителя и производителя. Теория эластичности. Эластичность спроса по цене и доходу. Полноценные и неполноценные товары.

2. Теория производства фирмы.

Производственная функция. Изокванты. Карта изоквант. 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.

3. 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. Эффект масштаба и его объяснение.

4. Совокупный спрос и совокупное предложение.

Понятие совокупного спроса и его компоненты. Кривая AD. Неценовые факторы AD. Понятие совокупного предложения. Неценовые факторы AS. Модель AD-AS. Эффект храповика.

5. 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.

6. 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.

7. 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.

8. 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 Клееланда; двухфакторная теория Ф. Герцберга.

9. Современные проблемы мотивационного процесса.

Теория ожиданий; Теория справедливости. Виды справедливости. Теория постановки целей. Теория подкрепления. Современные проблемы мотивации служащих: мотивация с учетом культурных различий; мотивация профессионалов; мотивация временных служащих.

10. Процесс разработки управленческого решения (ПРУР).

Понятие и особенности управленческого решения. Характеристика этапов ПРУР. Роль руководителя и исполнителей на каждом из этапов ПРУР. Особенности и сложности прохождения каждого из этапов ПРУР.

11. Стратегический менеджмент: содержание и основные элементы.

Сущность и основные характеристики стратегического менеджмента. Этапы процесса стратегического менеджмента. Основные подходы к сущности понятия «стратегия». Научные школы стратегического менеджмента.

12. Анализ внешней среды организации.

Сущность и структура внешней среды организации. Факторы макросреды (демографические, политические, экономические, природно-климатические, культурные, научно-технические). Элементы микросреды фирмы (клиентура, конкуренты, маркетинговые посредники, поставщики, контактные аудитории). Методы анализа внешней среды организации (маркетинговые исследования и др.).

13. Портфельный анализ.

Сущность стратегической бизнес-единицы. Содержание «портфеля стратегических бизнес-единиц» организации. Матричные методы портфельного анализа (матрица БКГ, матрица Мак-Кинзи).

14. SWOT-анализ.

Сущность и значение SWOT-анализа. Этапы процедуры SWOT-анализа (выявление сильных и слабых сторон организации, определение возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон организации; построение матрицы SWOT, составление матрицы возможностей и матрицы угроз, формулирование выводов).

15. Стратегии интенсивного роста организации.

Сущность интенсивного роста организации. Матрица «развития товара/рынка», предложенная И.Ансоффом. Стратегия более глубокого проникновения на рынок, стратегия развития товара, стратегия расширения границ рынка.

16. Стратегии интеграционного роста организации.

Сущность интеграционного роста фирмы. Роль синергизма при интеграции. Стратегия горизонтальной интеграции. Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. Стратегия обратно идущей вертикальной интеграции.

17. Стратегии диверсифицированного роста организации.

Сущность диверсифицированного роста организации. Стратегия концентрической диверсификации. Стратегия горизонтальной диверсификации. Стратегия конгломератной диверсификации. Сложности и риски диверсификации, условия применимости.

18. Конкурентные стратегии организаций.

Типология конкурентных стратегий организации, предложенная М.Портером: стратегия лидерства по издержкам, стратегия дифференциации (продуктовая дифференциация, дифференциация имиджа, дифференциация персонала и дифференциация сервиса), стратегии концентрации. Конкурентные (поведенческие) стратегии согласно Ф.Котлеру: атакующая и оборонительная стратегии.

19. Социально-экономическая сущность маркетинга.

Определение и основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, обмен, сделка, товар, рынок. Концепции маркетинга. Отличия концепции маркетинга от концепции социально-ориентированного маркетинга. Цели маркетинга.

20. Маркетинговые исследования.

Понятие маркетингового исследования. Основные направления (виды) маркетинговых исследований. Содержание этапов проведения маркетингового исследования: формирование потребности; определение базовых проблем предприятия; выбор целей; разработка плана маркетингового исследования; выполнение; составление отчета о маркетинговом исследовании. Методы маркетинговых исследований. Опрос. Наблюдение. Фокус-группы. Эксперименты.

21. 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.

22. Управление товаром в системе маркетинга на предприятии.

Товар в маркетинге. Классификация товара в маркетинге. Модель товара в маркетинге (мультиатрибутивная модель товара). Упаковка, маркировка товаров. Этикетка товара. Функции упаковки. Стратегии присвоения марочных названий. Концепция жизненного цикла товара. Виды кривых ЖЦТ. Маркетинговые стратегии на этапах внедрения, роста, зрелости и спада. Особенности принятия маркетинговых решений (стратегий, марочных, упаковочных, сервисных) на этапах: процесса разработ-

ки новых товаров; жизненного цикла товаров. Процесс разработки новых товаров. Этапы разработки нового товара.

23. Ценовой маркетинг на предприятии.

Ценовые стратегии в маркетинге. Виды скидок с цены. Содержание маркетинговой деятельности предприятий в процессе ценообразования: выбор целей и ценовых стратегий; анализ спроса на товар; анализ издержек; анализ цен конкурентов; методы ценообразования; затратный метод ценообразования; выбор методов ценообразования; конкурентный метод формирования цены; ценовое решение фирмы.

24. Сбыт товаров в системе маркетинга на предприятии.

Понятие сбытовой деятельности предприятия. Функции системы сбыта. Типы каналов распределения, принципы их объединения и характеристика основных участников. Методы реализации товаров. Оптовая торговля. Виды предприятий оптовой торговли. Розничная торговля. Виды предприятий розничной торговли. Средства стимулирования сбыта продукции.

25. Маркетинговые коммуникации предприятий.

Особенности применения теории коммуникации в маркетинге. Сравнительная характеристика основных инструментов коммуникационного комплекса: реклама; связи с общественностью; прямые коммуникации.

26. Реклама как важнейший вид маркетинговой коммуникации.

Подходы к сущности понятия «реклама». Участники рекламной коммуникации (рекламодатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель, целевая аудитория получателей рекламы). Содержание рекламной кампании, ее виды. Подходы к этапам процесса разработки рекламной кампании. Методы формирования рекламного бюджета.

27. Конкурентный анализ.

Понятие "конкуренция". Конкурентный анализ: понятие, роль и место в стратегическом маркетинге. Создание конкурентной системы наблюдения на предприятии. Процесс проведения конкурентного анализа (точки зрения различных ученых): общая характеристика этапов. Формирование списка конкурентов. Марочные, видовые, родовые конкуренты и конкуренты-желания. Определение порядка сбора рыночной информации о конкурентах. Основные направления и цели конкурентного анализа: товарный, ценовой, сбытовой и коммуникационный анализ конкурентов.

28. Конкурентоспособность фирмы.

Конкурентные преимущества/недостатки фирмы. Конкурентное позиционирование фирм на рынке. Оценка конкурентоспособности фирмы. Стратегии конкуренции.

29. Кадровое планирование в организации.

Основные понятия кадрового планирования. Прогноз и определение количественных и качественных потребностей в персонале. Цель кадрового планирования. Факторы, воздействующие на процесс кадрового планирования. Оценка эффективности кадрового планирования, показатели.

30. Оценка персонала в организации.

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

31. Найм и адаптация персонала.

Процесс найма в организации. Источники найма в организации. Резюме. Алгоритм составления резюме. Анализ резюме службой кадров. Методы отбора персонала в организацию. Процесс адаптации персонала. Методы адаптации персонала.

32. Обучение персонала.

Сущность и виды обучения персонала. Развитие человеческих ресурсов. Наставничество и консультирование. Система российского образования. Виды профессионального обучения. Управление профориентацией персонала. Организация обучения персонала.

33. Методологические основы инновационного менеджмента.

Понятие инновации. Классификация инноваций. Интеллектуальная собственность и ее защита (промышленная собственность, ее виды и объекты, объекты авторского права, секреты производства).

34. Инновационные стратегии.

Компании – эксплеренты, виоленты, пациенты и коммутанты: роль и место в инновационном процессе. Предпочитаемые инновации. Смена инновационных ориентиров компаний.

35. Венчурный бизнес как новая форма организации инновационного менеджмента.

Венчурные фирмы и венчурные фонды, их роль и место в инновационном процессе. Инкубирование инновационного бизнеса.

36. Коммерциализация инновационных идей: бизнес-инкубаторы, технопарки, технополисы.

Место инфраструктурных составляющих в инновационном процессе. Инкубаторы бизнеса, технопарки – понятие, предназначение, ключевые факторы успеха. Технополис как основа регионального инновационного развития: понятие, элементы. Наукоград как российский вариант технополиса.

37. Логистика снабжения.

Логистика снабжения: сущность, задачи. Алгоритм функционирования закупки. Основные требования к выбору поставщика. Преимущества и недостатки оптовых закупок и мелкими партиями.

38. Значение и сущность распределительной логистики.

Основные формы распределения готовой продукции (через посредников и собственными силами, сравнительная оценка). Каналы распределения: виды, параметры. Типы логистических посредников.

39. Логистика запасов.

Причины создания материальных запасов. Причины, вынуждающие к минимизации запасов. Классификации материальных запасов. Основные системы управления запасами (с фиксированным размером заказа, с фиксированным интервалом времени между заказами; их особенности).

40. Бизнес-план и его роль в решении проблем и задач управления организацией.

Место бизнес-планирования в системе планирования организации. Характеристика видов бизнес-планов и их роль в реализации задач управления организацией. Структура бизнес-плана и сложность информационное обеспечение его формирования.

41. Основы антикризисного управления.

Понятие антикризисного управления. Цели и задачи антикризисного управления. Стадии развития кризиса. Мероприятия по выходу из кризиса. Реорганизация, ее виды. Реструктуризация предприятий, ее виды. Санация предприятия. Основные этапы реструктуризации и санации.

42. Основы финансового менеджмента.

Финансовый менеджмент: понятие, цель, задачи, предмет. Информационное обеспечение финансового менеджмента, потребители и источники финансовой информации. Характеристика основных областей в управлении финансами предприятия.

43. Основы управления проектами.

Сущность проекта и его признаки. Портфель, программа, система проектов. Классификация проектов. Основные ограничения проектов. Управление проектами: понятие, принципы, этапы.

44. Жизненный цикл организации.

Понятие жизненного цикла организации. Основные модели жизненного цикла организации. Модель жизненного цикла организации Л. Грейнера. Модель жизненного цикла организации И. Адизеса. Основное назначение моделей жизненного цикла. Ограничения на применение моделей жизненного цикла к анализу российских организаций.

45. Управление сопротивлением изменениям.

Причины сопротивления изменениям на уровне личности и на уровне организации. Типичные примеры реакций сотрудников в условиях изменений. Стили реагирования на изменения. Способы преодоления сопротивления изменениям, целесообразность и условия их применения.

46. Социальная ответственность и отчетность.

Понятие социальной ответственности бизнеса. Подходы к корпоративной социальной ответственности. Области проявления социальной ответственности. Критерии социальной ответственности. Аргументы «за» и «против» социальной ответственности. Понятие социальной отчетности. Подходы к составлению социальной отчетности. Стандарты социальной отчетности. Заинтересованные в отчетности стороны.

Примерный список литературы:

1. Абрамова В. И. Менеджмент и маркетинг. - М. : РИОР, 2009.
2. Ахметова Т. А. Управление проектами. - Ульяновск : УлГТУ, 2012
3. Базилевич А. И. Инновационный менеджмент предприятия. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009
4. Бакальская Е. В. Поведение потребителей. - Ульяновск: УлГУ. Институт экономики и бизнеса, 2009
5. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. - М. : ИНФРА-М, 2013

6. Бизнес-планирование / под ред. В. З. Черняка, Г. Г. Чараева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010
7. Богданов В. В. Управление проектами : корпоративная система - шаг за шагом .- М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012
8. Бондаренко В. В. Менеджмент организации : введ. в спец. М. : КноРус, 2010
9. Бусов В. И. Управленческие решения.- М. : Юрайт, 2013
10. Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом.- М. : Дашков и К°, 2010.
11. Васин С.М. Управление рисками на предприятии .- М. : КноРус, 2010
12. Веснин В. Р. Основы менеджмента. - М. : Проспект, 2009
13. Зиминая Л.Ю. Бизнес-план: профессиональная подготовка. - Ульяновск : УлГУ, 2012
14. Ивасенко А. Г. Антикризисное управление. - М. : КНОРУС, 2010
15. Информационный менеджмент : учебник / под науч. ред. Н. М. Абдикеева. - М. : ИНФРА-М, 2014
16. Капитонов Э. А. Управление общественными отношениями.- М. : Дашков и К° ; Ростов-на-Дону : Академцентр, 2009
17. Капканщиков С.Г. Макроэкономика . - М. : КноРус, 2010
18. Кафидов В. В. Управление человеческими ресурсами. - СПб. : Питер, 2013
19. Козлов В. В. Психология управления.- М. : Академия, 2013
20. Корпоративная культура: проблемы и тенденции развития в мире и в России / отв. ред. Н. И. Дряхлов/- М. : Наука, 2011
21. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент.- СПб. : Питер, 2012
22. Кравченко А. И. Методология и методы социологических исследований. - М. : Юрайт, 2014
23. Кузнецов Б. Т. Инновационный менеджмент. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009
24. Кузнецов Б. Т. Макроэкономика. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011
25. Лукичева Л. И. Управленческие решения. - М. : Омега-Л, 2006
26. Макроэкономика / под ред. Д. Ю. Миропольского, Т. Г. Бродской. - СПб. : Питер, 2014
27. Маркетинг / под ред. Н. М. Кондратенко. - М. : Юрайт, 2011.
28. Маркетинг / под ред. Н. Я. Калужновой, А. Я. Якобсона. - М. : Омега-Л, 2009
29. Маркетинг / С. Г. Божук [и др.]. - 4-е изд. - СПб. : Питер, 2012
30. Маркетинг / под ред. Н. М. Кондратенко. - М. : Юрайт, 2011
31. Маркетинг : общий курс . - М. : Омега-Л, 2009
32. Маховикова Г. А. Микроэкономика.- М. : Юрайт, 2013
33. Менеджмент / под ред. Н. Ю. Чаусова. - М. : КноРус , 2010
34. Микроэкономика. - М. : Юрайт, 2013
35. Моосмюллер Г. Маркетинговые исследования с SPSS. - М. : Инфра-М, 2009
36. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.] - М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2014
37. Основы менеджмента/ под ред. А. И. Афоничкина. - СПб. : Питер, 2007
38. Паничкина Г. Г. Краткий курс по рекламному делу. - М. : Окей-книга, 2009
39. Панкрухин А. П. Маркетинг. - М. : Омега-Л, 2009
40. Потемкин В.К. Управление персоналом. - СПб. : Питер, 2010
41. Рожкова Е. В. Инновационный менеджмент.- Ульяновск : УлГУ, 2011
42. Самарина В. П. Основы предпринимательства. - Старый Оскол : ТНТ, 2011
43. Связи с общественностью в органах власти/ под ред. М. М. Васильевой. - М. : Юрайт, 2014
44. Симкина Л. Г. Микроэкономика. - М. : КноРус , 2013
45. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью . - М. : Юрайт, 2014
46. Сравнительный менеджмент : учеб. пособие для вузов / под ред. С. Э. Пивоварова. - СПб. : Питер, 2009
47. Стратегический менеджмент / под ред. А. Н. Петрова. - СПб. : Питер, 2010
48. Стрекалова Н. Д. Бизнес-планирование.- СПб. : Питер, 2012.
49. Тарасевич Л. С. Микроэкономика . - М. : Юрайт, 2009
50. Тебекин А. В. Методы принятия управленческих решений. - М. : Юрайт, 2014
51. Тебекина А. В. Управление качеством. - М. : Юрайт, 2011
52. Управление изменениями/ Под ред. Т.Ю.Ивановой.- М.:КНОРУС,2014
53. Управление проектами/ И. И. Мазур [и др.] ; под общ. ред. И. И. Мазура, В. Д. Шапиро. - М. : Омега-Л, 2009
54. Фаррахов А. Г. Менеджмент. - СПб. : Питер, 2014
55. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2006
56. Финансовый менеджмент : теория и практика / под ред. Е. С. Стояновой . - М. : Перспектива, 2010.
57. Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании. - СПб. : Питер, 2012.
58. Экономическая теория / под ред. А. И. Добрынина.-СПБ. : Питер, 2010
59. Ягодкина М. В. Реклама в коммуникационном процессе .- СПб. : Питер, 2014.