**Программа и правила проведения вступительного испытания (собеседования)**

**при приеме на обучение по направлению подготовки «Менеджмент»**

**(по программе магистратуры «Маркетинговые технологии развития бизнеса»)**

1. **Правила проведения вступительного испытания:**

Вступительное испытание проводится в письменной форме по следующим дисциплинам:

- экономическая теория.

- общий менеджмент и маркетинг;

**Правила проведения вступительного испытания**

Вступительное испытание оценивается по семидесятибалльной шкале (максимум 35 баллов за вопрос по общему менеджменту и 35 баллов за вопрос по экономической теории). Неудовлетворительная оценка – менее 15 баллов (суммарно).

 Абитуриентам предлагается 2 вопроса: один – по экономической теории, один – по общему менеджменту и маркетингу.

 При оценке ответа учитывается:

- полнота изложения;

- теоретическая глубина;

- ясность, грамотность, логичность изложения;

- понимание современных проблем менеджмента, экономики России и мира.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания - 1**5 баллов.**

1. **Программа вступительного испытания**

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ**

Предмет, методы экономической теории. Рыночная экономика. Спрос, предложение, ценообразование. Рыночное равновесие и неравновесие. Производство и издержки. Прибыль. Чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, чистая монополия. Рынки труда, капитала, земли.

Национальное производство и воспроизводство. Система национальных счетов. ВВП, ВНД, ВПЭ, РД и другие измерители результатов производства. Общее и частичное макроэкономическое равновесие. Совокупный спрос и совокупное предложение. Мультипликатор и акселератор. Цикличность экономики. Занятость и безработица. Инфляция. Экономический рост и экономическое развитие. Инвестиции и инновации.

Экономическая политика государства, её типы и виды. Фискальная политика. Монетарная политика. Социальная политика. Внешнеэкономическая политика. Платежный баланс и валютный курс.

Главные этапы истории экономической теории. Меркантилизм. Физиократическая система. Классическая школа. А.Смит и Д.Рикардо. Марксизм. Маржиналистская революция. Неоклассицизм. А.Маршал. Кейнсианская революция. Посткейнсианство. Монетаризм. Школа экономики предложения. Новая институциональная экономическая теория. Теория общественного выбора. Эволюционная экономика.

**Рекомендуемая литература**

1. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика: учебник / под ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 7-е изд. – М.: Дело и сервис, 2005.
2. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: Учебное пособие./ Под . ред. А.В. Сидоровича. – М., 2001.
3. Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли: от пророков до профессионалов. – М., 1996.
4. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник под редакцией А.Г.Грязновой, А.Ю.Юдакова. 6-е издание-М : КНОРУС, 2006.
5. Макроэкономическая теория и российская практика: учебник, 2-е издание, (под редакцией А.Г. Грязновой и Н.Н. Думной).– М., 2006.
6. Микроэкономика: Учебник для студентов обучающихся по экономическим специальностям / Тарапуха Ю.В.; под общ. ред. Проф. Сидоровича А.В. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2006.
7. Матвеева Т.Ю. Введение в макроэкономику: Учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2002
8. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. – М., 2005.
9. Основы экономической теории. Курс лекций. Под редакцией А.С.Баскина, О.И. Боткина, М.С. Ишмановой. – Ижевск: 2005.
10. Баскин А.С., Ишманова М.С. История экономических учений. Курс лекций. – Ижевск, 2004.
11. Белихин В.Г. История экономических учений. – М.: Сирин, 2003.
12. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ., 4-е изд. – М.: «Дело Лтд», 1994..
13. История экономических учений / Под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой: Учеб. пособие.- М.: ИНФРА-М, 2000.

**ОБЩИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

**Тема 1. Сущность и содержание менеджмента**

Различные подходы к определению понятия «менеджмент». «Менеджмент» и «управление»: соотношение понятий. Менеджмент как наука, искусство, вид деятельности. Менеджмент как целенаправленное воздействие. Менеджмент как процесс реализации функций. Менеджмент как процесс. Менеджмент, информационный процесс и работа с людьми. Закономерности управления различными системами. Уровни менеджмента. Типология менеджмента. Особенности российского менеджмента.

**Тема 2. Организация как объект менеджмента**

Понятие о системах и их свойствах. Особенности социально – экономических систем. Организация как целостная открытая социально – экономическая система. Роль  организации в обществе. Создание, функционирование и развитие организации как объекта менеджмента. Жизненный цикл организации. Управляющая и управляемая системы в организации. Принципы построения организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Влияние внутренних и внешних факторов на организацию. Связь между внешней и внутренней средой организации. Классификация организаций. Виды и характеристики организаций, осуществляющих производственно – хозяйственную и инновационную деятельность. Интеграция организаций: понятие, виды. Новые типы организаций.

**Тема 3. Функции менеджмента**

Понятие «функций менеджмента» и природа функций менеджмента. Их роль и место в теории и практике. Классификация функций менеджмента, их особенности, состав и содержание. Интегрирующая роль общих функций менеджмента. Конкретные функции менеджмента. Взаимосвязь общих и конкретных функций. Соотношение функций на различных уровнях системы менеджмента организации. Централизация и концентрация функций управления. Эволюция функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.

 **Тема 4. Стратегический менеджмент как концепция управления**

Причины возникновения и сущность концепции стратегического менеджмента. Стратегия и тактика менеджмента: понятие, соотношение и соответствие. Анализ среды в стратегическом управлении. Модель «пяти сил» М. Портера. Методология SWOT. Типы стратегий бизнеса. Разработка стратегических альтернатив. Основные факторы, определяющие выбор стратегических альтернатив. Реализация стратегии. Стратегический контроль. Оценка реализации стратегии.

**Тема 5. Организационные структуры управления**

Определение понятия и принципы построения структур управления. Основные элементы организационной структуры управления: звенья, ступени и связи. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Описание и принципы формирования структур, оценка эффективности. Формы организации системы менеджмента: иерархические и органические структуры управления. Основные достоинства и недостатки структур управления. Факторы, влияющие на формирование и развитие организационных структур управления. Анализ организационной структуры управления. Проектирование организационной структуры управления: порядок и методы проектирования, показатели, используемые при проектировании, основные критерии формирования структурных подразделений в организационной структуре управления. Делегирование, полномочия, ответственность.

**Тема 6. Решения в процессе менеджмента**

Понятие «управленческое решение». Сущность и особенности управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческому решению. Классификация управленческих решений. Моделирование ситуаций и разработка решений. Сущность процесса принятия решений. Модели и методы принятия решений. Факторы, определяющие эффективность и качество управленческих решений. Групповые формы разработки и принятия управленческих решений. Организация разработки, принятия и реализации управленческих решений.

**Тема 7. Сущность маркетинга**

Предмет, цели и задачи курса. Маркетинг как экономическая категория. История и эволюция маркетинга. Основные понятия, используемые в маркетинге. Элементы маркетинга. Цели, задачи и принципы маркетинга. Функциональное назначение маркетинга. Субъекты маркетинга. Виды классификации маркетинга. Типы маркетинга. Главные приемы маркетинга, используемые организациями при сбыте товаров и услуг. Содержание и основное назначение рыночных показателей: емкость, конъюнктура рынка, доля рынка, контролируемая фирмой.

**Тема 8. Маркетинговые исследования**

Понятие, значение и сущность информации для фирмы. Основные составляющие системы маркетинговых исследований: понятия, масштабы, объекты. Этапы проведения маркетингового исследования. Источники информации. Первичная и вторичная информация. Методика маркетинговых исследований, преимущества и недостатки различных методов сбора информации. Понятие сегментирования рынка, выбор целевых сегментов рынка, позиционирование товара на рынке. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и рынков товаров промышленного назначения. Стратегия охвата рынка.

**Тема 9. Стратегия маркетинга**

Стратегический план маркетинга. Виды маркетинговых стратегий: понятие, характерные черты. Анализ стратегий. Методы, применяемые фирмами для контроля за своими планами маркетинга. Этапы стратегического планирования. План маркетинга.

**Тема 10. Тактика маркетинга**

Понятие товара и основные виды классификации товаров. Товарная марка и роль упаковки товара. Решения фирмы относительно товарного ассортимента и номенклатуры. Этапы процесса разработки нового товара. Стратегия разработки новых товаров. Коммерческое производство товаров. Этапы жизненного цикла товара. Пробный маркетинг.

Понятие и сущность цены. Виды цен. Состав оптовой и розничной цены. Цели и этапы ценообразования. Задачи ценообразования.

Уровни и функции канала распределения. Виды посредников. Цели товародвижения. Элементы товародвижения.

Этапы разработки эффективной коммуникации. Средства воздействия на покупателя. Элементы процесса коммуникации. Определение бюджета на стимулирование. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования.

**Рекомендуемая литература**

Основная:

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Экономистъ, 2005.
2. Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента. – М.: Дека, 2004.
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2006.
4. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / Под общ.ред.С.В.Карповой.- М.: Изд-во Юрайт, 2013.
5. Маркетинг (Электронное учебное пособие в системе электронного обучения УдГУ). URL: http://e-learning.udsu.ru/course/view.php?id=525.

Дополнительная:

1. Берд П. Лидер и группа. О структуре динамики организаций и групп. – Екатеринбург: ЛИТУР, 2002.
2. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского – Спб.: Птер, 1999.
3. Быкова А.А. Организационные структуры управления. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – (Успешный бизнес. Мастер-класс)
4. Воробьев С.Н. Управленческие решения: Учебник для вузов. – М.: Юнити-ДАНА, 2003.
5. Дафт Р. Менеджмент: Пер. с англ. – Спб.: Питер, 2001.
6. Дункан У. Дж. Основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики: Пер. с англ. – М.: Дело, 1996.
7. Дракер П.Ф. Задачи менеджмента в ХХI веке: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2000.
8. Калигин Н.А. Принципы организационного управления. – М.: Финансы и статистика, 2003.
9. Камерон К., Куин Р. Диагностика и изменение организационной культуры: Пер. с англ. – Спб.: Питер, 2001.
10. 10.Коддлер И. Успешная организация вашего времени. – М.: Олма-Пресс Инвест, 2003.
11. 11.Кравченко А.И. История менеджмента: Учеб. Пособие для вузов. – М.: Академ. Проект, 2002.-(Gaudeamus)
12. 12.Кунц Г., О Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. – М.: Прогресс, 1981.
13. 13.Лафта Дж. К. Менеджмент. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ТК Велби, 2004.
14. 14.Лафта Д.К. Управленческие решения: Учеб. Пособие. – М.: Центр экон. и маркет., 2002.
15. 15.Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003.
16. 17.Одегов Ю.Г., Карташова Л.В. Управление персоналом, оценка эффективности: Учеб. Пособие. – М.: Экзамен, 2004.
17. 19.Соловьев В.С. Организационное проектирование систем управления: Учеб. Пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002.
18. 20.Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. – М.: Интел-Синтез, 2003.
19. 21.Томсон А.А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент: Пер. с англ.: Вильямс, 2005.
20. 22.Уолш К. Ключевые показатели менеджмента. – М.: Дело, 2000.
21. 23.Управление организацией: Энциклопедический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2001.
22. 24.Холл Ричард Х. Организации: структуры, процессы, результаты: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001.
23. 25.Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002.
24. 27.Якокка Ли. Карьера менеджера.   – М.: Прогресс, 1990.
25. Басовский Л.Е. Маркетинг: курс лекций. М.: ИНФРА-М, 2011. – 219 с.
26. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 320 с.
27. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 2-ое изд, перераб. И доп. – М.: изд-во «Финпресс», 2010.-464 с.
28. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг: Учебное пособие. М.: Дело, 2010.
29. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2011.
30. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2000.

28.Периодическая печать: журналы «Секрет фирмы», «Менеджмент в России и за рубежом», «Российский журнал менеджмента»

29.Интернет-ресурсы: [www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru), [www.cfin.ru/press/management](http://www.cfin.ru/press/management), [www.utssoft.com](http://www.utssoft.com), [www.livingbalance.info](http://www.livingbalance.info), [www.business777.info](http://www.business777.info), [www.uscitofuor.com](http://www.uscitofuor.com)