

Принято на заседании
Ученого совета ЭУПП НИТУ МИСИС
Протокол от 24.10.2023 №3

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ
НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ МАГИСТРАТУРЫ
38.00.00 Экономика и управление

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ	4
<i>Раздел 1. Маркетинг.....</i>	<i>4</i>
<i>Раздел 2. Основы менеджмента.....</i>	<i>4</i>
<i>Раздел 3. Основы производственного менеджмента.....</i>	<i>5</i>
<i>Раздел 4. Основы финансового менеджмента</i>	<i>5</i>
<i>Раздел 5. Экономическая теория.....</i>	<i>5</i>
<i>Раздел 6. Микроэкономика.....</i>	<i>6</i>
<i>Раздел 7. Макроэкономика.....</i>	<i>6</i>
<i>Раздел 8. Экономика предприятия.....</i>	<i>7</i>
3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	7

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель вступительного испытания – оценка уровня освоения поступающим компетенций, необходимых для обучения в магистратуре по направлению 38.04.01 «Экономика» и 38.04.02 «Менеджмент».

Форма, продолжительность проведения вступительного испытания. Критерии оценивания.

Вступительные испытания по направлениям оцениваются по 100-балльной шкале.

Минимальное количество баллов по результатам вступительных испытаний, подтверждающее его успешное прохождение, составляет 40 баллов по всем условиям поступления.

Вступительные испытания по направлениям 38.04.01 «Экономика» и 38.04.02 «Менеджмент» проводятся в виде письменного экзамена.

Для выполнения экзаменационных заданий абитуриентам представляется одна попытка. Продолжительность вступительного испытания составляет 120 минут. Перечень тем для подготовки представлен в разделе 2 Программы

Каждый вариант экзаменационной работы включает в себя 2 теоретических задания и 3 практических задачи. Вес каждого задания составляет 20 баллов.

Максимальное количество баллов за выполнение письменной работы – 100 баллов.

Перечень принадлежностей, которые поступающий имеет право использовать во время проведения вступительного испытания: ручка, карандаш, ластик, непрограммируемый калькулятор.

АННОТАЦИЯ

Программа поступления в магистратуру по направлениям 38.04.01 «Экономика» и 38.04.02 «Менеджмент» базируется на дисциплинах, которые является важной составляющей общих образовательных программ обучения бакалавров.

2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ

Раздел 1. Маркетинг

- 1.1. Понятие маркетинга. Исторические этапы формирования концепции маркетинга.
- 1.2. Маркетинг как управленческая функция.
- 1.3. Маркетинговые исследования: необходимость, цели и этапы.
- 1.4. Информация для маркетингового исследования: источники и методы сбора.
- 1.5. Сегментация рынка. Основные признаки сегментации. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.
- 1.6. Маркетинговое понятие товара. Основные типы товаров. Разработка новых товаров и ее этапы.
- 1.7. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) и управление им: особенности маркетинга по стадиям.
- 1.8. Цена в системе маркетинга. Основные цели политики ценообразования. Основные методы и стратегии ценообразования.
- 1.9. Характер конкуренции на рынке, его роль в выборе метода ценообразования
- 1.10. Понятие продвижения продукта. Цели и виды продвижения. Методы продвижения продаж, ориентированного на конечных потребителей.
- 1.11. Реклама как элемент маркетинговой деятельности фирмы: основные виды и цели. Рекламные кампании: виды и особенности проведения.
- 1.12. Разработка рекламной программы: этапы и их содержание.
- 1.13. Пропаганда: значение, содержание, методы и средства.
- 1.14. Стимулирование сбыта: основные задачи и виды.
- 1.15. Функции маркетинговой службы и её роль в обеспечении эффективной работы компании.
- 1.16. Организация службы маркетинга на предприятии; организационные структуры маркетинговых служб.
- 1.17. Оценка эффективности работы маркетинговых служб.

Раздел 2. Основы менеджмента

- 2.1. Менеджмент как организационно-управленческая деятельность в обществе.
- 2.2. Наука управления, предмет ее изучения, назначение и сферы управления.
- 2.3. Процесс и система управления.
- 2.4. Цели и функции менеджмента в современной организации.
- 2.5. Объекты менеджмента. Управление производством.
- 2.6. Организация как объект управления.
- 2.7. Различные школы теории менеджмента. Школы научного и административного управления.
- 2.8. Различные школы теории менеджмента. Доктрина человеческих отношений, поведенческие науки.
- 2.9. Различные школы теории менеджмента. Системный и ситуационный подход.
- 2.10. Проблема власти и этика в менеджменте.
- 2.11. Организация взаимодействия и полномочия. Построение организации.
- 2.12. Внутренняя среда организации. Взаимодействие внутренних переменных.
- 2.13. Внешняя среда организации. Среда прямого и косвенного воздействия.
- 2.14. Коммуникации и информация в менеджменте. Информационное обеспечение процесса управления.
- 2.15. Организационные структуры управления.
- 2.16. Производственная структура.
- 2.17. Типовая управленческая структура на промышленных предприятиях.

- 2.18. Разработка и принятие управленческого решения. Методы моделирования.
- 2.19. Процесс принятия решений и его структура.
- 2.20. Постановка управленческой задачи.
- 2.21. Процесс и организация контроля. Поведенческие аспекты эффективного контроля.
- 2.22. Механизация и автоматизация процессов управления.
- 2.23. Принципы единоначалия в управлении.
- 2.24. Руководство и лидерство в менеджменте: принципы, стили и функции.
- 2.25. Феномен мотивации в менеджменте.
- 2.26. Разновидности функционального менеджмента.
- 2.27. Структура современной фирмы.
- 2.28. Управляемость производства, ее связь с организацией управления.
- 2.29. Этапы и жизненные циклы организации.
- 2.30. Качество и эффективность управленческих решений.
- 2.31. Качество и эффективность управленческих решений.
- 2.32. Понятия «риска» и «неопределенности». Методы управления риском

Раздел 3. Основы производственного менеджмента

- 3.1. Понятие стратегии товара.
- 3.2. Подготовка производства.
- 3.3. Стратегия производственного процесса: выбор процесса, обоснование производственной мощности.
- 3.4. Стратегия размещения производства.
- 3.5. Стратегия рабочих центров: выбор, принципы организации, расчет производственных процессов и циклов.
- 3.6. Схемы организации работ, ориентированные на продукт или процесс.
- 3.7. Особенности планирования производственной деятельности предприятия.

Раздел 4. Основы финансового менеджмента

- 4.1. Финансовый менеджмент как система управления: объекты и субъекты.
- 4.2. Источники формирования собственных финансовых ресурсов организации.
- 4.3. Политика привлечения организацией (предприятием) заемных средств. Эффект финансового рычага.
- 4.4. Организация финансового менеджмента на предприятии: содержание, основные направления, финансовые службы.
- 4.5. Эффект производственного рычага.
- 4.6. Кредитование как одна из форм финансового обеспечения предпринимательской деятельности.
- 4.7. Принципы и организация банковского кредитования коммерческих организаций (предприятий).
- 4.8. Характеристика основных видов финансовых рисков. Источники возникновения финансовых рисков и их оценка.
- 4.9. Оценка денежных потоков (прямой и косвенный метод).
- 4.10. Бюджетирование в системе финансового планирования на предприятии.
- 4.11. Факторинг, его финансовые особенности и преимущества.
- 4.12. Управление оборотными активами предприятия.
- 4.13. Финансовый лизинг.
- 4.14. Методы оценки инвестиционных проектов.

Раздел 5. Экономическая теория

- 5.1. Английская классическая политическая экономия А. Смита и Д. Риккардо.
- 5.2. Рыночная экономика и ее основные черты. Субъекты рыночной экономики и их взаимосвязь.
- 5.3. Трудовая теория стоимости и теория предельной полезности. Сравнительный анализ.
- 5.4. Деньги как система отношений. Функции денег.
- 5.5. Конкуренция, ее сущность, формы и роль в развитии производства. Антимонопольная политика государства.
- 5.6. Акционерная собственность и акционерный капитал. Прибыль акционерного общества и ее распределение.
- 5.7. Общая характеристика рынка труда и его механизма. Состояние рынка труда и занятости в России.
- 5.8. Экономическая природа заработной платы, ее формы и функции. Дифференциация заработной платы.
- 5.9. Рынок ценных бумаг. Экономические субъекты рынка ценных бумаг.
- 5.10. Экономический рост. Типы роста, его темпы и факторы.

Раздел 6. Микроэкономика

- 6.1. Спрос, предложение и рыночное равновесие.
- 6.2. Эластичность спроса по цене. Точечная эластичность и эластичность на отрезке (дуговая). Перекрестная эластичность. Эластичность спроса по доходу.
- 6.3. Эластичность предложения по цене. Практическое применение теории эластичности.
- 6.4. Полезность, предельная полезность и ценность. Функция полезности. Закон убывания предельной полезности.
- 6.5. Производственная функция. Виды производственных функций и отдача от масштаба.
- 6.6. Экономическая природа конкуренции. Виды, формы, методы конкуренции
- 6.7. Экономическая сущность заработной платы. Виды, функции заработной платы.
- 6.8. . Капитал и процент. Инвестиции.
- 6.9. Рента как цена земли. Виды ренты.
- 6.10. Особенности, роль трансакционных издержек в экономике. Их виды и подходы к классификации.

Раздел 7. Макроэкономика

- 7.1. Понятие системы национальных счетов (СНС). Принципы построения СНС. Основные показатели системы национальных счетов.
- 7.2. Совокупный спрос и его структура. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на совокупный спрос.
- 7.3. Модели совокупного предложения в кейнсианской и в классической концепции.
- 7.4. Типы экономических циклов. Длинные волны и технологические уклады.
- 7.5. Макроэкономическое равновесие в модели «AD-AS». Шоки спроса. Шоки предложения.
- 7.6. Денежное обращение. Денежная система. Структура денежной массы. Денежные агрегаты.
- 7.7. Теоретические подходы к денежно-кредитной политике. Цели, методы и инструменты денежно-кредитной политики.
- 7.8. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филлипса.
- 7.9. Роль бюджетно-налоговой политики в макроэкономическом регулировании. Виды бюджетно-налоговой политики.
- 7.10. Понятие экономического роста. Необходимость, типы, факторы и показатели экономического роста. Измерение экономического роста.

Раздел 8. Экономика предприятия

1. Организационно-правовые формы организаций.
2. Основные средства предприятия: понятие и классификация.
3. Амортизация и методы ее начисления.
4. Производственная мощность предприятия.
5. Оборотный капитал предприятия: понятие, состав и структура.
6. Методы определения потребности в оборотных средствах и показатели оборачиваемости.
7. Нематериальные активы предприятия: понятие, признаки, методы начисления амортизации.
8. Персонал организации, его структура и движение. Производительность труда.
9. Сущность и функции цены как фактора экономической категории, система цен и их классификация.
10. Основные показатели оценки хозяйственной деятельности предприятия: порядок определения и значения.

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури Основы менеджмента.- М.: «Вильямс», 2009.- 672с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. - СПб.: Питер Ком, 2011. -344 с.
3. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент.- М.: ИНФРА-М, 2013.-240с.
4. Ковалев В.В Финансовый менеджмент: теория и практика.- М.: «Проспект», 2015.- 1024 с.
5. Веснин В.Р. Основы менеджмента. - М.; «Проспект», 2016 г.-320 с.
6. Гаджинский А.М. Логистика. Учебник.- М.: Дашков и К, 2012.-484 с.
7. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов Микроэкономика: в 3 т. Учебник для ВУЗов.- М.: Экономическая школа, 2010.- 1026 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга.- М.: Изд.дом «ВИЛЬЯМС» , 2016.-752 с.
9. Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 2012.-848 с.
10. Парахина В.Н.; Максименко Л.С.; Панасенко С.В. Стратегический менеджмент: - КноРус , 2011.- 496 с.
11. Просветов Г. Маркетинговые исследования: задачи и решения: Учебно-практическое пособие – М.: Альфа-Пресс, 2013.-240 с.
12. Рожков И.М., Ларионова И.А., Пятецкая А.В. Основы финансового менеджмента в экономике предприятия: Учеб. пособие.- М.:Изд.Дом МИСиС, 2010.-360с.
13. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Макроэкономика: Учебник для бакалавров.- М.: Издательство Юрайт, 2012.- 686 с.
14. Туровец О.Г. Организация производства и управление предприятием. - М.,ИНФА-М., 2011.
15. Управление организацией. Учебник под ред. Саломатина Н.А.- М.; ИНФРА-М, 2016 .-736 с.
16. Фатхутдинов Р.А. Организация производства: учебник . – М.: ИНФРА-М, 2011. – 544 с.
17. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент.- М.:Дело, 2008.- 448с.