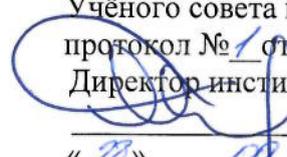


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«МИСИС»

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель Председателя
приёмной комиссии


А.А. Волков
«28» 09 2018 г.



Принято на заседании
Учёного совета института ЭУПП
протокол № 1 от «20» 09 2018 г.
Директор института ЭУПП

Г.А. Молчанов
«20» 09 2018 г.

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ
ПОСТУПАЮЩИХ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ
МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ	4
Раздел 1. Маркетинг	4
Раздел 2. Основы менеджмента	4
Раздел 3. Основы производственного менеджмента	5
Раздел 4. Основы финансового менеджмента	5
Раздел 5. Стратегический менеджмент	6
Раздел 6. Экономическая теория.....	6
Раздел 7. Микроэкономика	6
Раздел 8. Макроэкономика	7
3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	8

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель вступительного испытания.

Оценка уровня освоения поступающим компетенций, необходимых для обучения по магистерской программе.

Форма, продолжительность проведения вступительного испытания. Критерии оценивания.

Вступительное испытание по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы «Управление бизнесом», «Финансовый менеджмент», «Производственный менеджмент») проводится в письменной форме. Продолжительность вступительного испытания – 50 минут. Экзаменационный билет содержит 5 заданий. В случае правильного ответа, поступающий получает количество баллов, соответствующее номеру вопроса. Результатом оценивания работы является сумма баллов, полученных за правильные ответы на соответствующие вопросы письменной работы.

Оценка правильных ответов:

1 вопрос – 40 баллов;

2 вопрос – 15 баллов;

3 вопрос – 15 баллов.

4 вопрос – 15 баллов;

5 вопрос – 15 баллов.

Результаты вступительных испытаний оцениваются по 100 бальной шкале.

Минимальный проходной балл, подтверждающий успешное прохождение вступительных испытаний, составляет 40.

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

АННОТАЦИЯ

Программа поступления в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент» базируется на дисциплинах, которые являются важной составляющей общих образовательных программ обучения бакалавров. Содержание разделов соответствует государственным образовательным стандартам высшего профессионального образования.

2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ

Раздел 1. Маркетинг

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

Раздел 2. Основы менеджмента

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

- 2.16. Организационные структуры управления.
- 2.17. Производственная структура.
- 2.18. Типовая управленческая структура на горных предприятиях.
- 2.19. Разработка и принятие управленческого решения. Методы моделирования.
- 2.20. Процесс принятия решений и его структура.
- 2.21. Постановка управленческой задачи.
- 2.22. Процесс и организация контроля. Поведенческие аспекты эффективного контроля.
- 2.23. Механизация и автоматизация процессов управления.
- 2.24. Принципы единоначалия в управлении.
- 2.25. Руководство и лидерство в менеджменте: принципы, стили и функции.
- 2.26. Феномен мотивации в менеджменте.
- 2.27. Разновидности функционального менеджмента.
- 2.28. Структура современной фирмы.
- 2.29. Управляемость производства, ее связь с организацией управления.
- 2.30. Этапы и жизненные циклы организации.
- 2.31. Качество и эффективность управленческих решений.
- 2.32. Организация как функция управления.
- 2.33. Качество и эффективность управленческих решений.
- 2.34. 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. Стратегический менеджмент

- 5.1. Стратегическое управление и планирование.
- 5.2. Структура процесса стратегического управления, основные этапы и их сущность.
- 5.3. Внешняя и внутренняя среда организации.
- 5.4. Виды корпоративных стратегий и факторы, влияющие на выбор стратегии.
- 5.5. Инвестиционные проекты в стратегическом управлении.
- 5.6. SWOT- анализ и цель его применения.
- 5.7. Миссия организации. Назначение и роль организации в стратегическом управлении. Факторы, влияющие на формирования миссии.
- 5.8. Схема и принципы оценки эффективности проектов промышленного инвестирования.
- 5.9. Роль инвестиционного менеджмента в разработке и реализации стратегии.
- 5.10. Учет фактора времени в инвестиционных проектах.

Раздел 6. Экономическая теория

- 6.1. Значение и состояние экономической теории в современном мире.
- 6.2. Английская классическая политическая экономия А. Смита и Д. Риккардо.
- 6.3. Государственная собственность, пути ее формирования, преимущества и недостатки. Приватизация и ее недостатки в РФ.
- 6.4. Рыночная экономика и ее основные черты. Субъекты рыночной экономики и их взаимосвязь.
- 6.5. Механизм рыночной экономики и его элементы.
- 6.6. Трудовая теория стоимости и теория предельной полезности. Сравнительный анализ.
- 6.7. Деньги как система отношений. Функции денег.
- 6.8. Конкуренция, ее сущность, формы и роль в развитии производства. Антимонопольная политика государства.
- 6.9. Акционерная собственность и акционерный капитал. Прибыль акционерного общества и ее распределение.
- 6.10. Общая характеристика рынка труда и его механизма.
- 6.11. Состояние рынка труда и занятости в России.
- 6.12. Экономическая природа заработной платы, ее формы и функции. Дифференциация заработной платы.
- 6.13. Рынок ценных бумаг. Экономические субъекты рынка ценных бумаг.
- 6.14. Валовой национальный и валовой внутренний продукты как измерители объема производства в системе национальных счетов.
- 6.15. Экономический рост. Типы роста, его темпы и факторы.

Раздел 7. Микроэкономика

- 7.1. Основные принципы рыночной экономики.
- 7.2. Спрос, предложение и рыночное равновесие.
- 7.3. Основы теории потребительского поведения.
- 7.4. Конкуренция и ее виды.
- 7.5. Рынок труда и заработная плата.
- 7.6. Рынок капитала.

- 7.7. Рынок природных ресурсов.
- 7.8. Предприятие как главный субъект микроэкономики.

Раздел 8. Макроэкономика

- 8.1. Основные макроэкономические показатели.
- 8.2. Система национальных счетов.
- 8.3. Рынок и государственное регулирование.
- 8.4. Экономические циклы.
- 8.5. Макроэкономическое равновесие.
- 8.6. Деньги.
- 8.7. Основные понятия кредитно-денежной системы.
- 8.8. Безработица и инфляция.
- 8.9. Налогово-бюджетная политика государства.

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.- 360 с.
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.