

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

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ
НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
38.04.02 Управление персоналом в промышленности

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель вступительного испытания.

Оценка уровня освоения компетенций поступающих, необходимых для обучения по программе специализированного высшего образования «Управление персоналом в промышленности» (далее – Программа)

Форма, продолжительность проведения вступительного испытания. Критерии оценивания.

Вступительные испытания по программе специализированного высшего образования «Управление персоналом в промышленности» 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 Программе проводятся в формате **собеседования**.

Собеседование проводится с ведущими учеными направления, которые оценивают уровень подготовки абитуриента. Продолжительность собеседования составляет 45 минут, перечень тем для подготовки представлен в разделе 2 Программы.

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

Структура собеседования. Собеседование для поступающих по Программе позволяет проверить: уровень развития научного мышления абитуриента, знание основных вопросов менеджмента, маркетинга, основ управления персоналом.

Поступающим во время собеседования задают три вопроса из перечня тем, представленных в разделе 2 Программы.

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. Экономическая теория	6
Раздел 6. Микроэкономика	6
Раздел 7. Макроэкономика	6
3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	7

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 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. 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.
- 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. Значение и состояние экономической теории и в современном мире.
- 5.2. Английская классическая политическая экономия А. Смита и Д.Рикардо.
- 5.3. Государственная собственность, пути ее формирования, преимущества и недостатки. Приватизация и ее недостатки в РФ.
- 5.4. Рыночная экономика и ее основные черты. Субъекты рыночной экономики и их взаимосвязь.
- 5.5. Механизм рыночной экономики и его элементы.
- 5.6. Трудовая теория стоимости и теория предельной полезности. Сравнительный анализ.
- 5.7. Деньги как система отношений. Функции денег.
- 5.8. Конкуренция, ее сущность, формы и роль в развитии производства. Антимонопольная политика государства.
- 5.9. Акционерная собственность и акционерный капитал. Прибыль акционерного общества и ее распределение.
- 5.10. Общая характеристика рынка труда и его механизма.
- 5.11. Состояние рынка труда и занятости в России.
- 5.12. Экономическая природа заработной платы, ее формы и функции. Дифференциация заработной платы.
- 5.13. Рынок ценных бумаг. Экономические субъекты рынка ценных бумаг.
- 5.14. Валовой национальный и валовой внутренний продукты как измерители объема производства в системе национальных счетов.
- 5.15. Экономический рост. Типы роста, его темпы и факторы.

Раздел 6. Микроэкономика

- 6.1. Основные принципы рыночной экономики.
- 6.2. Спрос, предложение и рыночное равновесие.
- 6.3. Основы теории потребительского поведения.
- 6.4. Конкуренция и ее виды.
- 6.5. Рынок труда и заработная плата.
- 6.6. Рынок капитала.
- 6.7. Рынок природных ресурсов.
- 6.8. Предприятие как главный субъект микроэкономики.

Раздел 7. Макроэкономика

- 7.1. Основные макроэкономические показатели.
- 7.2. Система национальных счетов.
- 7.3. Рынок и государственное регулирование.
- 7.4. Экономические циклы.
- 7.5. Макроэкономическое равновесие.
- 7.6. Деньги.
- 7.7. Основные понятия кредитно-денежной системы.
- 7.8. Безработица и инфляция.
- 7.9. 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.: ПитерКом,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», 2016г.-320с.
6. Гаджинский А.М. Логистика. Учебник.-М.: Дашков и К, 2012.-484с.
7. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов Микроэкономика: в 3 т. Учебник для ВУЗов.- М.: Экономическая школа, 2010.-1026с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга.-М.:Изд.дом «ВИЛЬЯМС», 2016.-752с.
9. Мильнер Б.З. Теория организации. –М.:ИНФРА-М,2012.-848с.
10. Парахина В.Н.; Максименко Л.С.; Панасенко С.В. Стратегический менеджмент: -КноРус, 2011.-496с.
11. Просветов Г. Маркетинговые исследования: задачи и решения: Учебно-практическоепособие–М.: Альфа-Пресс, 2013.-240с.
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.