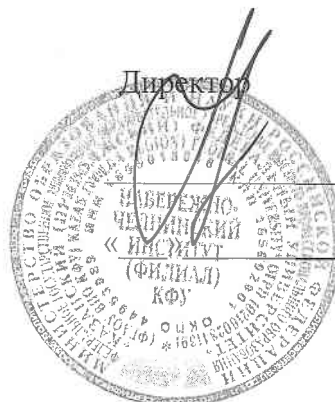


МИНИСТЕРСТВО
ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт
(филиал) ФГАОУ ВПО
«Казанский (Приволжский)
федеральный университет»

УТВЕРЖДАЮ



Директор

М.М. Ганиев

2014 г.

ПРОГРАММА

вступительного испытания

по направлению подготовки 38.04.02

«Менеджмент»

(магистратура)

Набережные Челны – 2014

Вводная часть

Программа вступительных испытаний по направлению подготовки магистра 080200.68 - «Менеджмент» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Цель вступительного испытания: выявить уровень овладения общенаучными, инструментальными, общекультурными и профессиональными компетенциями абитуриента и определить степень готовности и возможность абитуриента освоить выбранное направление.

Основными задачами вступительного испытания является проверка уровня:

- понимание основных функций менеджмента, законов функционирования организаций;
- знание методов принятия управленческих решений, процессов в системах управления, основных методов, концепций управления;
- знание законов функционирования рынка и средств его регулирования; тенденций развития спроса, разработки стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения;
- понимание особенностей использования различных инструментов маркетинга в деятельности предприятия;
- владение компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации, применяемых в сфере менеджмента, профессиональной терминологией.

2. ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ И УМЕНИЯМ АБИТУРИЕНТОВ

Абитуриент должен обладать следующими знаниями и умениями:

- знать этапы становления менеджмента и эволюционные изменения в системе менеджмента;
- знать принципы менеджмента и уметь проектировать организационную и управленческую структуру организаций;
- уметь разрабатывать и реализовывать корпоративную и конкурентную стратегию организации, а также функциональные стратегии;
- знать порядок проведения работ по разработке плана деятельности организации и подразделений;
- знать тенденции развития спроса и методы выявления и формирования новых потребностей, уметь оценить их роль в структуре потребностей различных групп потребителей;
- знать специфику логистического подхода к управлению материальными потоками;
- владеть навыками построения внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- знать информационные технологии и уметь использовать их для решения управленческих задач;
- уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических и управленческих задач;
- уметь анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;
- уметь, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ (АННОТАЦИИ ТЕМ)

Вступительные испытания в магистратуру по направлению «Менеджмент» проводятся по трем основным направлениям знаний – менеджмент, экономика предприятия и маркетинг.

Раздел 1. Менеджмент

Тема 1. Специфика менеджмента

Предмет, цель и задачи дисциплины. Объект и содержание курса. Методологические аспекты науки.

Тема 2. Природа управления и исторические тенденции его развития

Зарождение управления. Эволюция управленческой мысли. Основные предпосылки возникновения менеджмента. Факторы развития менеджмента. Классификация подходов и школ менеджмента. Содержание и основные положения школы научного управления. Ф. Тейлор – основоположник научного управления производством. Развитие идей Тейлора в трудах его последователей. Формирование классической (административной) школы в управлении. Основные положения концепции Файоля. Углубление концепции А.Файоля в дальнейших исследованиях. Возникновение и развитие школы психологии и человеческих отношений. Становление и развитие школы науки управления (количественной школы).

Характеристика американской модели менеджмента. Особенности японской модели менеджмента. Особенности западно-европейской модели менеджмента. Сравнительная характеристика моделей.

Менталитет и менеджмент. Национальные особенности и развитие менеджмента. Предпосылки развития менеджмента в США. Необходимость развития менеджмента в России.

Развитие теории и практики управления в 20-30е годы. Совершенствование системы хозяйственного руководства в послевоенный период. Перестройка системы управления в 60-е и последующие годы. Современный этап развития менеджмента в России. Особенности взятого курса.

Тема 3. Общая теория управления

Природа и сущность управления. Управление и менеджмент. Внутреннее и внешнее управление. Самоуправление. Типологическое разнообразие управления. Понятие управления и понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. Практические предпосылки оформления концепции менеджмента. Особенности менеджмента: структура проблем (приоритеты); комплекс проблем; сочетание проблем и их взаимодействие. Цель менеджмента. Проблемы методологии и организации менеджмента. Основные группы характеристик, определяющие возможность и необходимость менеджмента. Основные черты менеджмента как типа управления в условиях рыночной экономики. Предприниматель и менеджер. Потребность и реальность профессионализма управления.

Управление как кибернетическое и экономическое понятие. Субъекты и объекты управления. Управляющие воздействия. Виды, формы и способы управления. Управление – наука, практика, искусство. Понятие управления, его субъект и объект. Система управления экономикой. Предмет науки управления экономикой. Методы науки управления экономикой. Характеристики управления как одного из видов человеческой деятельности. Классификация видов управления в обществе. Управление и менеджмент. Система, её основные свойства и признаки.

Тема 4. Закономерности управления различными системами

Законы и закономерности управления. Значение объективных законов для управления производством. Состав и содержание законов и закономерностей управления. Ме-

ханизмы действия и использования законов и закономерностей управления экономикой. Законы различных наук, действующие и используемые в управлении производством.

Система. Классификация систем. Управление системами.

Тема 5. Методологические основы менеджмента

Научный подход к управлению: особенности и основные черты. Понятия методологии и организации управления. Их взаимодействие, соответствие, противоречие, основные элементы организации. Методологические подходы к управлению: системный, концептуальный, процессуальный, целевой, управление по результату и пр. Выбор методологических схем менеджмента. Связь методологии и организации управления. Методология и системный подход. Основные черты и разновидности организации менеджмента. Социально-экономические факторы выбора организации менеджмента.

Тема 6. Социофакторы и этика менеджмента

Понятие социальной ответственности и основные подходы к ее интерпретации. Взаимосвязь сфер социальной ответственности. Социальный эффект и социальный контроль. Роль бизнеса в обществе. Юридическая и социальная ответственность менеджера. Экономические факторы и социальная ответственность. Закон социальной ответственности. Влияние общества на организации. Модели социальной ответственности. Иерархия социальной ответственности.

Этика и современное управление. Причины неэтичного менеджмента. Повышение показателей этичности менеджмента: этические нормативы, комитеты по этике, социальные ревизии, обучение этичному менеджменту. Прибыль и комплексная эффективность менеджмента. Проблемы благотворительности. Поведение руководителя. Эстетические нормы. Проблемы обучения этическому поведению. Культура досуга и здоровый образ жизни. Как воспитывать уверенность в себе. Противодействие стрессовым ситуациям. Этика управления.

Тема 7. Интеграционные процессы в менеджменте

Сущность интеграции. Принципы интеграции. Направления и механизм интеграции. Методы интеграции деятельности организации. Согласование и коммуникация — важнейшие факторы интеграции управления. Коммуникативные свойства информации. Виды коммуникаций и критерии их классификации. Тенденции и факторы функционального разделения управленческой деятельности. Специализированные функции управления. Интеграция деятельности: цели, функции, организация. Социально-психологические факторы интеграции. Результат управления. Внешняя среда предприятия.

Тема 8. Моделирование ситуаций и разработка решений

Моделирование ситуаций. Типы решений. Запрограммированные и незапрограммированные решения. Компромиссы. Методика разработки управленческих решений. Специфические подходы к разработке решений.

Схема процесса принятия рациональных решений. Диагностика проблемы. Релевантная информация. Формулировка ограничений и критериев принятия решения. Определение альтернатив. Оценка альтернатив. Выбор альтернативы. Реализация. Обратная связь.

Другие факторы, влияющие на процесс принятия решения: личностные оценки руководителя, уровень риска (условия определенности, условия риска, условия неопределенности), время и изменяющееся окружение, информационные и поведенческие ограничения, отрицательные последствия, взаимозависимость решений.

Роль моделей в управлении. Сложность управленческих проблем и экспериментирование. Проблемы математического моделирования в управлении организацией: недоверенные исходные допущения, ограниченные возможности получения нужной информации, страхи пользователя, слабое использование на практике, чрезмерно высокая стоимость.

Тема 9. Природа и состав функций менеджмента

Содержание понятия “функция управления”. Классификация функций управления. Анализ функций управления и его цель. Объективные основы возникновения функций управления. Проявление требований законов и принципов управления в функциях управления. Общие функции как инварианты систем управления. Системные характеристики содержания управленческой деятельности. Актуализация управленческих функций в условиях перехода к рыночной экономике.

Планирование. Понятия миссии, целей организации. Дерево целей. Понятие стратегии. Виды стратегий. SWOT-матрица. Сильные и слабые стороны организации. Возможности и угрозы. Виды планов. Горизонт планирования. Бизнес-планирование, как комплексное моделирование будущей деятельности. Понятие бизнес-плана.

Организация. Организация как самостоятельная система: Элементы организационных систем и процесса управления. Модель внутренних переменных организации: цели, технология, структура, задачи, люди. Внешняя среда прямого и косвенного воздействия. Критерии результативности управления: действенность, экономичность, качество, производительность, нововведения, культура труда, прибыльность. Модели системы управления организацией: организационные структуры управления.

Мотивация. Старые концепции мотивации. «Метод кнута и пряника». Использование методов психологии. Современные теории мотивации. Содержательные теории мотивации. Мотивация и иерархия потребностей. Использование теории Маслоу в управлении. Теория потребностей МакКлелланда. Двухфакторная теория Герцберга. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий.

Контроль. Понятие системы контроля. Состав системы контроля. Традиционные направления контроля. Обратная связь.

Тема 10. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента

Управление и планирование. Разновидности планирования, типы планов. Эффективность планирования. Приемы, процедуры и правила в разработке стратегических и тактических планов. Научная и конкретно-исследовательская основы стратегического планирования. Социальные и экономические факторы стратегического планирования. Стратегическое планирование и разработка программ. Оценки стратегии. Структуризация тенденций развития и последовательное внедрение стратегии. Критерии эффективности стратегического планирования.

Планирование реализации стратегии. Реализация стратегического плана. Управление реализацией стратегического плана и контроль за его выполнением. Оценка стратегического плана. Разновидности стратегии и тактики в управлении фирмой. Основные факторы, определяющие выбор стратегии и тактики. Стратегия и тактика менеджмента как факторы успеха.

Тема 11. Организационные отношения в системе менеджмента

Понятие организации и ее функции. Разделение труда – основа организационных отношений.

Характер, содержание и особенности управленческого труда. Разделение, кооперация и специализация управленческого труда. Основные направления научной организации управленческого труда. Цели, задачи и принципы организации управленческого труда. Сущность и содержание научной организации управленческого труда. Распределение и фиксация функций управления. Достоинства и недостатки функционального разделения управленческого труда. Требования к регламентации управленческого труда. Тенденции и факторы функционального разделения управленческой деятельности. Специализированные функции управления. Интеграция деятельности: цели, функции, организация.

Департаментализация и ее виды в организации. Типы власти и характер ее осуществления. Процесс делегирования власти. Централизация и децентрализация.

Полномочия и факторы их распределения. Различные варианты распределения полномочий: централизованное и децентрализованное управление. Делегирование полномочий в процессах управления: временное, проблемное, профессиональное, организационное (создание комиссий). Преимущества и недостатки централизованного и децентрализованного управления в малых и крупных организациях. Функциональное содержание полномочий. Выбор и регулирование степени централизации управления (сочетание централизованного и децентрализованного управления). Потребности в изменении степени централизации в процессах развития фирмы.

Роль координации в организационном процессе.

Тема 12. Формы организации системы менеджмента

Система менеджмента. Формы организации системы менеджмента.

Организационные формы и структуры управления. Система и организационная структура управления. Понятие организационной структуры управления. Соотносительность организационных структур управления с производственными структурами. Принципы формирования и развития организационных структур управления. Действие и использование законов управления при формировании организационных структур. Критерии выделения звеньев и ступеней управления. Организационная форма и структура управления.

Характеристики организационных структур управления. Типы организационных структур управления. Генезис видов (типов) структур управления. Жесткие и гибкие организационные структуры управления. Структура в условиях централизованного и децентрализованного управления. Демократизация организационных структур управления. "Софтизация" управления. Анализ достоинств и недостатков различных типов организационных структур управления. Централизация и децентрализация.

Тема 13. Мотивация деятельности в менеджменте

Теории мотивации. Мотивация стимулирования и активизация. Главные и второстепенные факторы мотивации. Теория и практика мотивации в современных условиях менеджмента. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Иерархия потребностей Маслоу. Теория потребностей Мак Клеганда. Теория двух факторов Херцберга. Теория процесса мотивации. Теория ожидания. Теория равенства и справедливости. Модель Портера-Лоулера. Релевантность в управлении. Мотивы деятельности человека и их роль в менеджменте. Современные концепции мотивации менеджмента. Виды позитивной и негативной мотивации. Использование мотивации в практике менеджмента. Факторы эффективности мотивации. Смысл и эволюция понятия «мотивация». Типы мотивации. Мотивация и вознаграждение. Стимулирование.

Тема 14. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента

Роль группы в поведении и деятельности человека. Формирование групп. Взаимодействия в группе и в организации. Возникновение, проявление и разновидности конфликтов. Влияние конфликтов на управление. Механизмы разрешения и использования конфликтов в менеджменте. Регулирование социально-психологической атмосферы в коллективе.

Процессы формирования и основные составляющие лидерства. Формальные и неформальные факторы лидерства. Проявление лидерства в стиле управления. Разновидности стилей управления. Субъективное и объективное, сознательное и стихийное в стиле управления. Лидерство и культура в современном менеджменте. Тенденция развития стиля управления. Лидерство и повышение эффективности управления.

Тема 15. Управление человеком и управление группой

Управление деятельностью человека и группы. Формирование группы в процессах организации. Формальные и неформальные группы. Факторы возникновения и существования неформальных организаций. Основные характеристики неформальных организаций. Роль неформальных организаций в системе менеджмента. Взаимодействие формальных и

неформальных факторов организаций. Обеспечение эффективной работы групп по формальным и неформальным факторам организации.

Руководство: власть и партнерство. Понятие власти в менеджменте. Типология власти. Обладание властью, использование власти, последствия власти. Власть и авторитет менеджера. Отношение к власти менеджера и персонала. Балансирование власти. Признаки, факторы и проявления неуправляемости. Участие в управлении: потребность, формы, эффективность. Понятие партнерства. Партнерство в процессах менеджмента. Соотношение власти и партнерства. Тенденции демократизации менеджмента.

Тема 16. Стиль менеджмента и имидж (образ) менеджера

Понятие стиля руководства; Авторитарный, демократический, либеральный стили руководства. "Управленческая решетка". Методы руководства: прогнозы, распоряжения, инструктирование, наставление, совет, просьба, уговаривание.

Поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Авторитарное и демократическое руководство. Руководство, сосредоточенное на работе и на человеке. Четыре системы Лайкерта. Классификация стилей лидерства. Подход с позиций человеческих отношений. Ситуационная модель руководства Фидлера. Подход "путь-цель" Митчела и Хауса. Теория жизненного цикла.

Тема 17. Конфликтность в менеджменте

Природа и суть конфликта. Причины конфликта и его последствия. Факторы углубления, ограничения, сужения или расширения конфликта. Конфликт и менеджмент. Типология конфликтов. Конфликты деловые, личностные, групповые. Модели конфликтных ситуаций. Регулирование конфликтных ситуаций в системе менеджмента. Роль конфликта в изменении организации. Природа и причины стрессов. Взаимосвязь конфликта и стресса.

Список рекомендуемой литературы:

1. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: Проспект, 2007. – 660с.
2. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник /Виханский О.С., Наумов А.И. – М.: Экономистъ, 2006. – 438с.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 384 с.
4. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопап Н.Ю. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 256с.
5. Коротков Э.М. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 425 с.
6. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2007. – 336с.
7. Менеджмент: Учебное пособие /Под ред. В.В.Лукашевича, Н.И.Астаховой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 670с.
8. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. /Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2007. – 770с.
9. Огарков А.А. Управление организацией: Учебник. – М.: Эксмо, 2006.- 454с.
10. Поршнев А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 480с.
11. Тебекин А.В. Менеджмент организации: Учебник / Тебекин А.В., Касаев Б.С. – М.: КНОРУС, 2007. – 490с.

Раздел 2. Экономика предприятия

Тема 1. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности.

Общая характеристика предприятия, его внешняя и внутренняя среда. Организационно-правовые формы предприятия. Виды объединений предприятий. Организационная структура и управление предприятием.

Тема 2. Основные и оборотные средства предприятия.

Основные средства: их состав и структура. Оценка и учет основных средств. Физический и моральный износ. Амортизация основных средств. Показатели эффективности использования основных средств. Оборотные средства: их состав и структура. Нормирование оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств.

Тема 3. Трудовые ресурсы предприятия. Нормирование и оплата труда.

Персонал предприятия и его структура. Производительность труда. Организация оплаты труда на предприятии. Формы и системы оплаты труда.

Тема 4. Себестоимость продукции. Эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Издержки производства и себестоимость продукции. Классификация затрат на производство продукции. Управление затратами на производство и реализацию продукции. Финансовые результаты, рентабельность. Эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Тема 5. Производственное планирование и бизнес-план предприятия. Инновационная и инвестиционная деятельность.

Планирование на предприятии. Бизнес-планирование. Инновации и инновационная деятельность. Инвестиции и инвестиционная деятельность.

Тема 6. Аналитическая деятельность на предприятии.

Учет и отчетность предприятия. Методы экономического анализа. Анализ доходов и расходов на предприятии. Финансовое состояние предприятия.

Тема 7. Организация производства на предприятии.

Производственный процесс. Организационные типы производств. Научные принципы организации производства. Формы организации производственного процесса. Производственная структура предприятия.

Тема 8. Производственная программа и производственная мощность предприятия.

Продукция предприятия, ее конкурентоспособность. Качество продукции. Показатели качества продукции. Управление качеством продукции. Стандартизация и сертификация. Производственная мощность предприятия. Цены и ценообразование.

Список рекомендуемой литературы:

1. Баскакова О.В. Экономика организаций (предприятий): Учебное пособие. 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2006. – 272с.
2. Выварец А.Д. Экономика предприятия: Учебник для студентов вузов спец. 080502.65 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)». – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 543 с.
3. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учебник. Практикум. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 336с.
4. Елизаров Ю.Ф. Экономика организаций: Учебник для вузов. – М.: Издательство «Экзамен», 2006. – 495с.
5. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием: Учебное пособие для студентов вузов. – 2-ое изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 455 с.
6. Поздняков В.Я., Волков О.И. Экономика предприятия (фирмы). Практикум: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 331 с.
7. Раицкий К.А. Экономика (организации) предприятия: Учебник – 4-е изд., перераб. и доп.. – М.: «Дашков и К», 2004. – 272с.
8. Романенко Н.В. Экономика предприятия: Учебное пособие. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 272 с.

9. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебник для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 528с.
10. Сергеев И.В. Экономика организаций (предприятий): Учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 576с.
11. Филатов О.К. Экономика предприятий (организаций): Учебник / О.К. Филатов, Т.Ф. Рябова, Е.В. Минаева. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 512с.
12. Фокина О.М. Практикум по экономике организации (предприятия): Учебное пособие / О.М. Фокина, А.В. Соломна. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 256 с.
13. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 279с.

Раздел 3. Маркетинг

Тема 1. Основные понятия маркетинга

Основные понятия и определения маркетинга – нужда, потребность, товар, рынок, маркетинг. Виды рынков. Функции маркетинга и их сущность. Назначение и область применения маркетинга в деятельности предприятия. Маркетинговая среда: факторы макро- и микросреды, их влияние на деятельность предприятия. Тенденции глобализации экономики и эволюция маркетинговых концепций поведения предприятия на рынке. Маркетинг как наука, философия бизнеса и вид деятельности на предприятии. Этапы развития маркетинга как науки. Современное состояние и перспективы развития маркетинга.

Тема 2. Маркетинговые исследования

Понятия и направления маркетинговых исследований, процесс маркетингового исследования. Методы, алгоритмы и средства маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система предприятия. Основные подсистемы маркетинговой информационной системы и их прикладное назначение. Прикладное использование результатов маркетинговых исследований.

Тема 3. Сегментирование рынка

Сегментирование рынка: основные факторы и принципы. Подготовка аналитического отчёта о состоянии рынка. Особенности сегментирования рынка потребительских, промышленных товаров, услуг. Методы выбора целевых сегментов.

Тема 4. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре

Товар и его характеристики. Модели представления и классификации товаров. Товарные линии и группы, их характеристики. Особенности услуг как вида товара. Стратегические и тактические решения о развитии товарных линий и групп. Конкурентоспособность товара, методика её оценки. Жизненный цикл товара и стратегические маркетинговые решения в связи с ним. Инновации как способ повышения конкурентоспособности продукции предприятия. Модификация товара. Марочная политика, стратегия, тактика, правовая защита. Дизайн товара. Упаковка товара, психологическая упаковка услуги. Маркетинговые функции упаковки и решения об упаковке товара на предприятии. Сервисное обслуживание, виды сервиса. Позиционирование товара на выбранном рынке, проблемы позиционирования.

Тема 5. Стратегические и тактические маркетинговые решения предприятия по ценам

Цели и задачи ценообразования, алгоритм формирования базисной цены. Виды цен и особенности их применения. Методы ценообразования («затраты + прибыль», целевая цена, средняя рыночная цена, цена на основании ощущаемой ценности товара и т.д.). Ценовые стратегии предприятия, тактические решения по ценам. Особенности установления цен на услуги.

Тема 6. Стратегические и тактические маркетинговые решения по сбыту товаров

Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Посредники, их виды, функции и мотивация. Товародвижение: решения по обработке заказов, созданию запасов готовой продукции, её хранению, транспортировке, выбор вида транспорта, зависимость цены товара от вида транспорта. Логистические подходы в маркетинге.

Тема 7. Стратегические и тактические маркетинговые решения по коммуникациям

Типы и структура коммуникаций предприятия, их цели, планирование и бюджет. Комплекс продвижения товара: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личные продажи. Реклама: виды и средства. Порядок разработки и бюджет рекламы. Пропаганда и публик рилейшнз. Методы персональных (личных) продаж. Стимулирование сбыта, стратегические и тактические формы стимулирования. Связь применения элементов комплекса продвижения товара с этапом жизненного цикла товара.

Тема 8. Маркетинг менеджмент

Основные принципы управленческого подхода к маркетингу, принципы управления маркетингом. Менеджмент предприятия на основе маркетинга. Маркетинговая философия и способы её реализации.

Тема 9. Процесс маркетингового управления на предприятии

Целеполагание и корпоративные цели предприятия. Зависимость стратегии маркетинга от целей предприятия. Анализ как функция маркетингового управления, её прикладное значение в маркетинговой деятельности предприятия. Стратегия развития предприятия и стратегия маркетинга. Маркетинговая программа и планирование маркетинга. Функции контроля и регулирования в маркетинговой деятельности предприятия.

Тема 10. Организация и контроль маркетингового управления на предприятии

Роль службы маркетинга на предприятии. Подходы к организационному построению службы маркетинга (продуктовый подход, рыночный подход, географический подход и т.д.). Функции подразделений службы маркетинга и специалистов по маркетингу. Планирование и бюджет маркетинга. Виды планов маркетинга, методы разработки бюджета маркетинга (исходя из наличных средств, в процентах к объёму продаж и т.д.). Маркетинговый контроль, виды и методы.

Тема 11. Международный маркетинг

Сущность и среда международного маркетинга. Особенности организации маркетинговых исследований в международном маркетинге. Стратегия и тактика проникновения на международные рынки.

Список рекомендуемой литературы:

1. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Черенков В.И. Международный маркетинг: Учебник для студ. вузов/под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2009.
2. Беркутова Т.А. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие для студ. вузов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2007.
4. Каменева Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ВЭФЭИ, 2006.
5. Колонтаевская И.Ф. и др. Маркетинг и менеджмент: Тесты для самостоят. работы студ. вузов. – М.: Альфа-Пресс, 2008.
6. Коньшова М.В., Столярова О.В. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие /под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2007.

7. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент/пер. с англ. – СПб.: «Питер», 2008.
8. Крюков А.Ф. Управление маркетингом: Учебное пособие для студ. вузов. – М.: Изд-во «КНОРУС», 2005.
9. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: Учебное пособие. – М.: Высшее образование, 2007.
10. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для студ. вузов по экон. спец./под ред. В.А. Алексунина. – М.: Дашков и Ко, 2007.
11. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг: Учебник для студ. вузов по спец. 080502. – СПб.: Питер, 2008.
12. Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2005.

4. ВОПРОСЫ ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА

Раздел 1. Менеджмент

1. Современное положение науки управления.
2. Функции менеджмента: функции - планирование, организация, мотивация и контроль.
3. Основы западной и восточной систем управления (индивидуализм, коллективизм). Особенности кадровой политики США и Японии.
4. Ключевые моменты современной системы взглядов на менеджмент: применение системного, ситуационного подходов в управлении.
5. Механизмы менеджмента: средства и методы управления.
6. Принципы, методы менеджмента, понятия объекта и субъекта управления.
7. Понятие организации и ее ресурсов.
8. Структура уровней управления в организации.
9. Внешняя среда организации, ее характеристики.
10. Трудовой коллектив, его особенности, отличия. Формальное и неформальное управление.
11. Характеристики психологического климата, сплоченности, совместимости людей в коллективе, отношение, ценности.
12. Экономика и социология управления персоналом и формирование человеческого капитала.
13. Понятия, типы руководства в организации.
14. Процессы управления: целеполагание и оценка ситуации, принятие управленческих решений.
15. Юридическая и социальная ответственность в практике управления.
16. Прямое социальное действие бизнеса, понятие социальной ответственности бизнеса. Повышение этичности поведения фирмы.
17. Типы стратегий бизнеса. Области выработки стратегии, эталонные стратегии развития.
18. Понятие и необходимость делегирования полномочий. Иерархические уровни управления и задачи делегирования.
19. Департаментизация и кооперация в организации.
20. Разделение труда и специализация в организации.

Раздел 2. Экономика предприятия

1. Предприятие как основной субъект и объект экономической деятельности. Сущность предприятия и формы экономической деятельности. Понятия: организация, предприятие, учреждение.
2. Хозяйственные товарищества и общества. Производственные кооперативы.
3. Субъекты и виды предпринимательской деятельности. Малое предпринимательство. Государственная поддержка малого предпринимательства.
4. Предпринимательский риск. Управление рисками и методы их оценки.
5. Экономические и финансовые ресурсы.
6. Основные фонды предприятия как экономическая категория. Состав и структура основных фондов.
7. Оборотные средства предприятия. Оборотные фонды предприятия и их структура. Фонды обращения и их структура.
8. Кадры предприятия: категории, профессии, специальности, квалификация, штатное расписание, управление кадрами. Процедура отбора кадров.
9. Производительность труда. Планирование производительности труда.
10. Организация оплаты труда на предприятии. Тарифная система оплаты труда. Формы и системы оплаты труда. Бестарифные системы оплаты труда.
11. Классификация затрат на производство. Смета затрат на производство и реализацию продукции.

12. Калькулирование себестоимости: калькулирование, цеховая, производственная и полная себестоимость. Расчет прямых затрат. Сметы косвенных (комплексных) затрат. Плановая, сметная, нормативная, проектная, отчетная и хозяйственная себестоимости.
13. Понятие цены и ценовая политика предприятия. Ценовые стратегии. Ценовая система. Виды цен.
14. Прибыль предприятия и рентабельность производства.
15. Сущность и функции финансов. Формирование финансов предприятия.
16. Инвестирование нововведений (инноваций). Система разработки и постановки продукции на производство.
17. Бюджет предприятия. Безубыточность работы предприятия. Точка безубыточности.
18. Анализ финансово-экономического положения предприятия. Основные виды анализа. Годовой отчет предприятия. Основные финансовые документы предприятия: баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о фондах и их использовании и счет финансирования.
19. Методы планирования. Виды планов на предприятия
20. Управление качеством продукции на предприятии.

Раздел 3. Маркетинг

1. Основные понятия маркетинга, маркетинга-менеджмента.
2. Вопросы, решаемые маркетингом. Этапы развития маркетинга как науки.
3. Понятие рынка. Виды рынков. Особенности рынка услуг.
4. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом.
5. Сегментация рынка.
6. Позиционирование товара (услуги) на рынке.
7. Принципы организации маркетинговой службы на предприятии.
8. Процесс принятия решения о покупке.
9. Стратегии охвата рынка.
10. Система анализа маркетинговой информации.
11. Методы маркетингового исследования и сбора информации.
12. Товарная политика предприятия.
13. Стратегии маркетингового ценообразования.
14. Каналы распределения товаров и услуг, их классификация.
15. Проблемы, стратегии и методы маркетинговой коммуникации.
16. Стратегическое планирование и планирование маркетинга. Их взаимосвязь.
17. Классификация услуг, их отличия от материальных товаров.
18. Стратегия и тактика проникновения на международные рынки.
19. Виды вертикальных маркетинговых систем.
20. Маркетинговая среда предприятия.

5. ТЕМЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел 1. Менеджмент

1. Основные подходы к определению понятия «менеджмент». Основные виды разделения управленческого труда.
2. Современные школы менеджмента: общая характеристика.
3. Цели и задачи в системе современного менеджмента.
4. Организация как социальная система: особенности и системообразующие факторы.
5. Понятие рынка с точки зрения его экономического содержания.
6. Управление производством: сущность и содержание. Системный подход к управлению производством.
7. Понятие «организационная структура управления». Основные элементы организационной структуры управления: звенья, ступени и связи. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления.
8. Человеческий потенциал менеджмента: понятие, сущность и роль в менеджменте.
9. Критерии оценки эффективности в менеджменте.
10. Основные тенденции менеджмента: нововведения (инновации), интеграция, интернационализация и др.

Раздел 2. Экономика предприятия

1. Структура национальной экономики: сферы, секторы, комплексы и отрасли.
2. Инвестиции, инвестиционная политика, инвестиционный проект.
3. Инвестирование нововведений (инноваций). Система разработки и постановки продукции на производство.
4. Сущность и критерии экономической эффективности. Абсолютная и сравнительная экономическая эффективность.
5. Оценка коммерческой эффективности инвестиционных проектов.
6. Банкротство предприятий.
7. Финансовое планирование на предприятии. Оперативное финансовое планирование. Финансовый менеджмент.
8. Планирование фонда оплаты труда.
9. Планирование численности работников. Расчет бюджета рабочего времени. Методы расчета численности различных категорий работников.
10. Организация производства во вспомогательных и обслуживающих подразделениях предприятия.

Раздел 3. Маркетинг

1. Сущность маркетинга: принципы, цели, функции.
2. Комплекс маркетинга.
3. Макро- и микросреда маркетинга и ее составляющие.
4. Маркетинговые исследования.
5. Понятие товара. Мультиатрибутивная модель товара. Маркетинговый подход к классификации товаров. Концепция жизненного цикла товара. Понятие нового товара.
6. Модель покупательского поведения: внешние и маркетинговые стимулы; факторы, влияющие на поведение покупателя.
7. Классификация товаров: основные понятия, назначение, методы, их характеристика, преимущества и недостатки. Правила классификации.
8. Маркетинговое ценообразование.
9. Реклама и связи с общественностью в коммерческих структурах.
10. Логистические основы повышения конкурентоспособности предприятия.

Зав. кафедрой

«Производственный менеджмент»

Р.А. Бикулов