

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
инклюзивного высшего образования

«Московский государственный гуманитарно-экономический университет»

Факультет Экономики



УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по организации
образовательной деятельности

«30» мая 2016г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»
(УРОВЕНЬ МАГИСТРАТУРЫ)

Москва 2016

Программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата). Зарегистрировано в Минюсте РФ 9 февраля 2016 г. Регистрационный № 41028.

Составители рабочей программы: зав.кафедрой менеджмента организации
место работы, занимаемая должность


подпись Долгополова Т.В. Ф.И.О. 24 августа 2016 г.
Дата

Декан факультета экономики
место работы, занимаемая должность


подпись Дегтева Л.В. Ф.И.О. 24 августа 2016 г.
Дата

Программа одобрена на заседании кафедры менеджмента организации «24 августа 2016г.
протокол № 13

Заведующий кафедрой 
подпись Синельникова Е.А. Ф.И.О. 24 августа 2016г.
Дата

Программа рассмотрена и одобрена
на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ
Протокол № 1 от «30 августа 2016г.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа составлена на основе требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра менеджмента, определяемых действующим Государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат).

Нормативный срок освоения основной образовательной программы подготовки магистра при очной форме обучения 2 года (по заочной форме обучения – 2,5 года). Для освоения программы специализированной подготовки магистра необходимо иметь диплом бакалавра (специалиста).

Целью вступительного комплексного экзамена профессиональной направленности является определение уровня знания абитуриентами содержания наиболее значимых в профессиональном плане дисциплин, предусмотренных предыдущим уровнем образования по направлению подготовки «Менеджмент».

Задачи вступительного испытания:

- определение уровня владения содержанием таких дисциплин как «Теория менеджмента», «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Финансовый менеджмент», «Маркетинг», «Организационное поведение»;
- определение уровня сформированности профессиональных компетенций бакалавра по дисциплинам, входящим в состав комплексного экзамена;
- выявление степени самостоятельности мышления абитуриентов;
- выявление уровня сформированности аналитических навыков абитуриентов.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Теория менеджмента

Менеджмент как наука и практика управления. Основные принципы и функции менеджмента. Сущность и содержание понятия «менеджмент». История менеджмента. Система классификации фирм в менеджменте. Методика изучения фирм. Источники информации о фирмах. Основы экономического анализа хозяйственной деятельности фирмы. Содержание и стадии принятия управленческих решений. Содержание централизованной и децентрализованной форм управления фирмой. Демократизация управления. Делегирование полномочий в управлении фирмой. Суть и содержание основных функций управления. Содержание, цели и виды внутрифирменного планирования. Суть и содержание функции организации. Классификация организационных структур во внутрифирменном управлении. Основные принципы организационного построения фирмы. Основные виды организационных структур фирмы. Внутрифирменный контроль. Формы и средства реализации внутрифирменного контроля. Система внутрифирменного контроля. Система внутрифирменного учета и отчетности. Коммерческий и внутрифирменный расчет в управлении фирмой. Управление научно-техническим развитием фирмы. Управление ассортиментной и инновационной деятельностью фирмы. Управление материально-техническим обеспечением фирмы. Управление персоналом фирмы. Системы мотивации и стимулирования труда работников фирмы. Планирование карьеры сотрудников фирмы. Менеджер и его функции. Управление сбытовой деятельностью фирмы. Менеджмент и логистика.

Стратегический менеджмент

Понятие стратегического менеджмента. Сущность и содержание стратегического менеджмента. Стратегический менеджмент как часть науки управления. Эволюция управлеченческих систем. Концепция стратегических зон хозяйствования, стратегических ресурсов и групп стратегического влияния. Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования. Оценка конкурентного статуса фирмы. Портфельный анализ определения конкурентной позиции фирмы. Матрица Бостонской консалтинговой группы и ее роль в стратегическом управлении фирмы. Матрица Джениерал Электрик- МакКинзи и ее роль в стратегическом управлении фирмы. Матрица Шелл и ее роль в стратегическом управлении фирмы. Миссия в стратегическом управлении компанией. Постановка и ранжирование целей в стратегическом управлении. Дерево целей. СВОТ-анализ в стратегическом управлении. Стратегическая гибкость и снижение стратегической уязвимости в развитии фирмы. Оценка стратегической гибкости фирмы. Политический, организационный и экономический аспекты формулирования стратегии развития фирмы. Концепция общих стратегий Портера. Представительные бизнес-стратегии. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование. План развития фирмы, бизнес-план и маркетинговая программа. Основные этапы развития внутрифирменного планирования. Основные виды внутрифирменного планирования. Основные направления совершенствования внутрифирменного планирования. Сценарное планирование и планирование в условиях стратегических неожиданностей.

Инновационный менеджмент

Понятие инновационного менеджмента. Роль инноваций в промышленном производстве. Жизненный цикл инновации и характеристика этапов инновационного процесса. Государственное регулирование и стимулирование инновационной деятельности. Инкубаторы, технопарки, технополисы как организационные формы стимулирования инновационной деятельности. Малые инновационные предприятия Венчурное финансирование инновационной деятельности. Международное сотрудничество в области инновационной. Процесс разработки инновационного продукта на фирме и его организационные формы. Научно-техническая политика фирмы. Оценка эффективности инноваций. Основные трудности внедрения инноваций.

Финансовый менеджмент

Понятие финансового менеджмента. Сущность и содержание управления финансами компаний. Специфика управления финансовыми потоками. Цели и задачи финансового менеджера. Финансовые рынки. Принципы и система регулирования рынка ценных бумаг. Основные инструменты финансового рынка Производные финансовые инструменты. Учет и отчетность в системе управления финансами компании Анализ финансово-хозяйственной деятельности Финансовое планирование и прогнозирование. Базовая модель оценки финансовых активов. Риск и доходность финансовых активов. Инвестиционные проекты и методы их оценки. Управление оборотными средствами. Стоимость капитала: понятие и сущность.

Маркетинг

Понятие маркетинга. Функции маркетинга. Управление маркетингом. Измерение спроса. Понятие маркетинговых исследований. План маркетингового исследования. Система

маркетинговой информации. Задачи маркетинговых исследований. Маркетинговая среда. Контролируемые факторы среды. Неконтролируемые факторы среды. Программа маркетингового исследования. Методы получения информации в маркетинговых исследованиях. Анкета и основные правила ее составления. Определение объекта маркетингового исследования и выборка. Методы выборочного исследования. Рынок и его характеристики. Оценка привлекательности рынка. Товар, его характеристики. Классификация товаров. Поведение покупателей новых товаров. Сегментация рынка. Позиционирование товара. Методы сегментации. Рыночные ниши. Принципы сегментации. Эффективность сегментации. Жизненный цикл товара. Товарная политика. Покупательское поведение.

Организационное поведение

Организация, как система и как процесс. Типы управления организацией: механистический, органистический. Структура организации. Организационная культура. Принципы построения системы организационного поведения. Критерии эффективности организации. Сущность мотивации трудовой деятельности. Основные понятия системы мотивации: потребность, мотив, стимул. Система нематериальной оценки трудового вклада. Управление системой нематериального стимулирования труда. Использование PR-технологий в современной практике управления мотивацией труда. Кадровая политика организации и ее влияние на мотивацию труда. Профессиональная карьера. Внутриорганизационная карьера. Этапы карьеры менеджера. Фактические и плановые модели карьеры модели карьеры. Кадровый резерв. Работа с кадровым резервом. Группа. Природа групп. Стадии развития групп. Групповая и межгрупповая динамика. Групповая эффективность. Команда. Создание команды. Факторы командной эффективности. Стадии становления команды. Характеристики высокоэффективной команды. Концепции организационной культуры. Функции и составные части организационной культуры. Домinantная культура, субкультура и контркультура. Наблюдаемые аспекты организационной культуры: истории, церемонии, ритуалы, символы. Влияние национальной культуры на формирование организационной культуры. Природа лидерства. Формальный лидер. Неформальный лидер. Теории лидерства. Типы лидерства: инструментальный, эмоциональный.

3. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

1. Сущность и содержание понятия «менеджмент».
2. Менеджмент как наука и практика управления. Основные принципы менеджмента.
3. Система классификации фирм в менеджменте. Методика изучения фирм.
4. Источники информации о фирмах. Основы экономического анализа хозяйственной деятельности фирмы.
5. Содержание и стадии принятия управленческих решений.
6. Содержание централизованной и децентрализованной форм управления фирмой.
Демократизация управления.
7. Делегирование полномочий в управлении фирмой.
8. Суть и содержание основных функций управления.
9. Содержание, цели и виды внутрифирменного планирования.
10. Суть и содержание функции организации.
11. Классификация организационных структур во внутрифирменном управлении.
12. Основные принципы организационного построения фирмы.
13. Основные виды организационных структур фирмы.

14. Внутрифирменный контроль.
15. Формы и средства реализации внутрифирменного контроля.
16. Система внутрифирменного контроля.
17. Система внутрифирменного учета и отчетности.
18. Коммерческий и внутрифирменный расчет в управлении фирмой.
19. Управление научно-техническим развитием фирмы.
20. Управление ассортиментной и инновационной деятельностью фирмы.
21. Управление материально-техническим обеспечением фирмы.
22. Управление персоналом фирмы.
23. Системы мотивации и стимулирования труда работников фирмы.
24. Планирование карьеры сотрудников фирмы.
25. Менеджер и его функции.
26. Управление сбытовой деятельностью фирмы.
27. Менеджмент и логистика.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сущность и содержание стратегического менеджмента.
2. Эволюция управленческих систем.
3. Концепция стратегических зон хозяйствования, стратегических ресурсов и групп стратегического влияния.
4. Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования.
5. Оценка конкурентного статуса фирмы.
6. Портфельный анализ определения конкурентной позиции фирмы.
7. Матрица Бостонской консалтинговой группы и ее роль в стратегическом управлении фирмы.
8. Матрица Дженерал Электрик- МакКинзи и ее роль в стратегическом управлении фирмы.
9. Матрица Шелл и ее роль в стратегическом управлении фирмы.
10. Миссия в стратегическом управлении компанией.
11. Постановка и ранжирование целей в стратегическом управлении. Дерево целей.
12. СВОТ-анализ в стратегическом управлении.
13. Стратегическая гибкость и снижение стратегической уязвимости в развитии фирмы.
14. Оценка стратегической гибкости фирмы.
15. Политический, организационный и экономический аспекты формулирования стратегии развития фирмы.
16. Концепция общих стратегий Портера.
17. Представительные бизнес-стратегии.
18. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование.
19. План развития фирмы, бизнес-план и маркетинговая программа.
20. Основные этапы развития внутрифирменного планирования.
21. Основные виды внутрифирменного планирования.
22. Основные направления совершенствования внутрифирменного планирования.
23. Сценарное планирование и планирование в условиях стратегических неожиданностей.

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Жизненный цикл инновации и характеристика этапов инновационного процесса
2. Государственное регулирование и стимулирование инновационной деятельности. Инкубаторы, технопарки, технополисы как организационные формы стимулирования инновационной деятельности.
3. Малые инновационные предприятия
4. Венчурное финансирование инновационной деятельности.
5. Международное сотрудничество в области инновационной

6. Процесс разработки инновационного продукта на фирме и его организационные формы
7. Научно-техническая политика фирмы.
8. Оценка эффективности инноваций.

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сущность и содержание управления финансами компании. Цели и задачи финансового менеджера.
2. Финансовые рынки. Принципы и система регулирования рынка ценных бумаг.
3. Основные инструменты финансового рынка
4. Производные финансовые инструменты.
5. Учет и отчетность в системе управления финансами компании
6. Анализ финансово-хозяйственной деятельности
7. Финансовое планирование и прогнозирование.
8. Базовая модель оценки финансовых активов.
9. Риск и доходность финансовых активов.
10. Инвестиционные проекты и методы их оценки.
11. Управление оборотными средствами.
12. Стоимость капитала: понятие и сущность.

МАРКЕТИНГ

1. Управление маркетингом
2. Измерение спроса
3. Маркетинговые исследования
4. План маркетингового исследования
5. Система маркетинговой информации
6. Задачи маркетинговых исследований
7. Маркетинговая среда
8. Контролируемые факторы среды
9. Неконтролируемые факторы среды
10. Программа маркетингового исследования
11. Методы получения информации в маркетинговых исследованиях
12. Анкета и основные правила ее составления
13. Определение объекта маркетингового исследования и выборка
14. Методы выборочного исследования
15. Рынок и его характеристики
16. Оценка привлекательности рынка
17. Товар, его характеристики
18. Классификация товаров
19. Поведение покупателей новых товаров
20. Сегментация рынка
21. Позиционирование товара
22. Методы сегментации
23. Рыночные ниши
24. Принципы сегментации
25. Эффективность сегментации
26. Жизненный цикл товара
27. Товарная политика
28. Покупательское поведение.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

1. Организация, как система. Организация как процесс.

2. Типы управления организацией: механистический, органистический.
3. Структура организаций.
4. Организационная культура.
5. Принципы построения системы организационного поведения
6. Критерии эффективности организации.
7. Сущность мотивации трудовой деятельности.
8. Основные понятия системы мотивации: потребность, мотив, стимул.
9. Система нематериальной оценки трудового вклада.
10. Управление системой нематериального стимулирования труда.
11. Использование PR-технологий в современной практике управления мотивацией труда.
12. Кадровая политика организации и ее влияние на мотивацию труда.
13. Профессиональная карьера. Внутриорганизационная карьера.
14. Этапы карьеры менеджера.
15. Фактические и плановые модели карьеры модели карьеры.
16. Кадровый резерв. Работа с кадровым резервом.
17. Группа. Природа групп. Стадии развития групп.
18. Групповая и межгрупповая динамика. Групповая эффективность.
19. Команда. Создание команды. Факторы командной эффективности.
20. Стадии становления команды.
21. Характеристики высокоэффективной команды.
22. Концепции организационной культуры.
23. Функции и составные части организационной культуры.
24. Домinantная культура, субкультура и контркультура.
25. Наблюдаемые аспекты организационной культуры: истории, церемонии, ритуалы, символы.
26. Влияние национальной культуры на формирование организационной культуры.
27. Природа лидерства. Формальный лидер. Неформальный лидер.
28. Теории лидерства.
29. Типы лидерства: инструментальный, эмоциональный.

4. СТРУКТУРА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Экзамен является многокомпонентным и проводится в устной форме, по билетам. На написание ответа по билету отводится 0,5 часа. Оба вопроса вступительного экзамена оцениваются предметной комиссией раздельно, по 100-балльной шкале. Итоговая оценка за вступительный экзамен определяется на основании среднего арифметического баллов, набранных абитуриентом по каждому из двух вопросов. Неудовлетворительная оценка по одному из вопросов автоматически ведет к неудовлетворительной оценке за экзамен в целом. Все вопросы, касающиеся несогласия абитуриентов с полученными оценками, решаются Апелляционной комиссией.

В ходе проведения вступительных испытаний абитуриенту запрещается использовать средства мобильной связи, учебные пособия и иную учебную литературу.

Порядок организации вступительного экзамена по менеджменту для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определяется п. VIII Правил приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО МГГЭУ в 2017 году от 27.09.2016 г.

При проведении вступительных испытаний обеспечивается выполнение всех дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей

поступающих с ограниченными возможностями здоровья, предусмотренных Правилами приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение инклюзивного высшего образования «Московский государственный гуманитарно-экономический университет».

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ. ШКАЛИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительные испытания оцениваются по 100-балльной шкале.

Шкала перевода пятибалльной системы оценок в стобалльную

минимальный балл	пятибалльная система	стобалльная система
67	5	100-75
	4	74-50
	3	49-25
	2	24-0

Оценка «**отлично**» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые навыки работы с освоенным материалом сформированы, абитуриент легко ориентируется в пройденном материале, демонстрирует способность к аналитической деятельности и самостоятельность мышления.

Оценка «**хорошо**» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, абитуриент хорошо воспроизводит изученный материал, но затрудняется провести сравнительный анализ, дать самостоятельную оценку тому или иному явлению.

Оценка «**удовлетворительно**» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые навыки работы не сформированы, абитуриент с затруднениями воспроизводит изученный материал, затрудняется провести сравнительный анализ, дать самостоятельную оценку тому или иному явлению.

Оценка «**неудовлетворительно**» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса не освоено, необходимые навыки работы не сформированы, абитуриент не воспроизводит изученный материал, не способен провести сравнительный анализ, дать самостоятельную оценку тому или иному явлению.

6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Дафт, Ричард. Менеджмент : учеб.для вузов / Дафт, Ричард ; пер.с англ.В.Кузин,науч.ред.С.К.Мордовин. - 10-е изд. - СПб. : Питер, 2013. - 655с. : ил.,табл. + гlosсарий. - (Классика МВА). - ISBN 978-5-459-00954-5 : 265.00.
2. Веснин, Владимир Рафаилович. Менеджмент в схемах и определениях : учеб.пособие для вузов / Веснин, Владимир Рафаилович. - М. : Проспект, 2012. - 125с. : табл.,схемы. - ISBN 978-5-392-02744-6 : 59.00.

3. Менеджмент : практикум / сост. Е.М.Бабанова; рец. Т.В.Заколодина; В.В.Жариков. - М. : МГГЭУ, 2015. - 62с. - 150.00.

Дополнительная литература

1. Драчева, Елена Леоновна.Менеджмент: практикум : учеб.пособие / Драчева, Елена Леоновна, Юликов, Лев Иванович. - М. : Академия : Московские учебники, 2011. - 300с. + библ.,тесты, слов.терминов. - (Среднее профессиональное образование. Экономика и управление). - ISBN 978-5-7695-7675-1 : 69.00.
2. Менеджмент организаций : учеб.пособие / Бараненко, Сергей Петрович [и др.] ; под общей ред. д.э.н., проф.В.С. Балабанова; Российская Академия предпринимательства. - М. : РАП, 2011. - слов.терминов, библ. - ISBN 978-5-86472-223-7 : 270.00.
3. Грошев, Игорь Васильевич.Организационная культура : учебник для вузов / Грошев, Игорь Васильевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 535с. : ил., табл. + библ. - ISBN 978-5-238-02384-7 : 1161.05.
4. Трейси, Брайан.Тайм-менеджмент по Брайану Трейси = Как заставить время работать на вас : практич.пособие / Трейси, Брайан ; пер.с англ.М.Иутиной. - 4-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. - 312с. - (Школа современного бизнеса. часть 2 (26)). - ISBN 978-5-91663-124-1 : 185.00.

Интернет ресурсы:

1. <http://www.mevriz.ru/>
2. <http://www.rjm.ru/>
3. <http://www.new-management.info/>
4. <http://scientific.narod.ru/literature.htm#PhysMath>
5. <http://www.aup.ru/books/>
6. http://www.edu.ru/db/portal/sites/portal_page.htm
7. <http://bibliotekar.ru/biznes-40/8.htm>