

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой менеджмент организации

 Е.А. Синельникова

«21» ноября 2016 г.

**Вопросы государственного междисциплинарного экзамена по
направлению подготовки «Менеджмент»**

История управленческой мысли

1. Развитие управленческих идей в древнем мире (Египет, Китай, Индия).
2. Теория и практика управления в Древней Греции и Риме.
3. Управленческая мысль Средних веков и эпохи Возрождения.
4. Основные управленческие тенденции в России конца XVIII - XIX вв.
5. Школа научного управления: предпосылки становления и эволюция основных идей.
6. Принципы научного управления Ф. Тейлора и их роль в становлении современного менеджмента.
7. Административная школа менеджмента и ее роль в становлении современной теории организации.
8. Теория бюрократии М. Вебера. Особенности бюрократической системы управления.
9. Школа человеческих отношений: предпосылки возникновения, основные положения, достоинства и недостатки.
10. Хоторнский эксперимент и его значение для формирования основных положений школы человеческих отношений.
11. Проблема мотивации в школе человеческих отношений. Пирамида А. Маслоу.
12. Ситуационный подход в управлении. Основные принципы ситуационной школы и предпосылки их формирования.
13. Количественная школа управления. Преимущества применения компьютеров и математики в управлении.
14. Сравнительный анализ подходов различных школ менеджмента.

Теория организации

15. Понятие «организация»: виды и принципы. Закон синергии, самосохранения, развития.
16. Основополагающие принципы организации. Принципы статистической и динамической организации. Принципы рационализации. Принципы оптимальности.
17. Бюрократическая модель организации. Неоклассическая модель организации. Профессиональная модель. Модель принятия решений.
18. Социальная организация; экономическая сущность, цели и виды.
19. Рациональная бюрократическая организация: теория Макса Вебера. Ее применение в деятельности современных организаций.

20. Теория Р. Лайкерта «Система-4» (на основе учета мотивации персонала). Значение мотивации работников в повышении результативности труда.
21. Этапы жизненного цикла организации: создание, рост, зрелость, упадок.
22. Роль социальных ценностей и взаимоотношений в организации. Социальная ответственность наемных менеджеров в управлении персоналом.
23. Роль корпоративных структур в развитии экономики страны и регионов.
24. Взаимодействие государства с различными видами организаций. Роль государственного регулирования деятельности организаций.
25. Международные и межгосударственные организации, их роль в общественной и хозяйственной жизни страны.
26. Формы вертикальной и горизонтальной координации в организации.
27. Функциональная структуризация, линейная структуризация: преимущества и ограничения.
28. Матричная структура, бригадная структура: преимущества и недостатки.
29. Методы проектирования организационных структур. Этапы организационного проектирования.

Организационное поведение

30. Понятие организационного поведения. Базовые концепции организационного поведения.
31. Организация, как система. Организация как процесс. Типы управления организацией: механистический, органистический. Структура организации.
32. Принципы построения системы организационного поведения. Организационная культура.
33. Сущность мотивации трудовой деятельности. Основные понятия системы мотивации: потребность, мотив, стимул. Мотив и стимул. Структура мотивации. Функции мотивации труда.
34. Система нематериальной оценки трудового вклада. Управление системой нематериального стимулирования труда.
35. Кадровая политика организации и ее влияние на мотивацию труда. Служебно-профессиональное продвижение. Кадровый резерв. Работа с кадровым резервом.
36. Управление карьерной траекторией. Плановые модели карьеры. Профессиональная карьера. Внутриорганизационная карьера. Этапы карьеры менеджера.
37. Модель управленческой деятельности. Необходимые качества руководителя. Эффективность поведения руководителя. Профессиональная компетентность руководителя.
38. Группа. Природа групп. Стадии развития групп. Групповая и межгрупповая динамика. Групповая эффективность.

39. Команда. Создание команды. Факторы командной эффективности. Стадии становления команды. Характеристики высокоэффективной команды.
40. Концепции организационной культуры. Функции и составные части организационной культуры. Доминантная культура, субкультура и контркультура. Влияние национальной культуры на формирование организационной культуры.
41. Природа лидерства. Формальный лидер. Неформальный лидер. Теории лидерства. Типы лидерства: инструментальный, эмоциональный.
42. Типы власти. Деструктивное лидерство. Делегирование и принятие полномочий.
43. Понятие управленческого решения. Уровни управленческих решений. Модели принятия решений: классическая, бихевиористская, модель «мусорного ведра».
44. Конфликт. Конфликтная ситуация. Стадии конфликтов. Причины конфликтов. Типы конфликтов: мотивационные, коммуникационные, власти и безвластия, внутриличностные, межличностные, межгрупповые, между личностью и группой. Методы управления конфликтами.
45. Поведение работников по отношению к клиентам: клиенториентированное поведение, избирательно-клиентурное поведение, антиклиентурное поведение, псевдоклиентурное поведение.

Маркетинг

46. Основные понятия и функции маркетинга. Роль маркетинга в системе производство-обращение.
47. Основные направления маркетинговой деятельности предприятия. Типы маркетинга.
48. Понятие комплекса маркетинга. Маркетинговые инструменты, содействующие созданию товара. Жизненный цикл товара.
49. Рыночная среда и ее составляющие. Факторы рыночной среды, влияющие на маркетинговую деятельность предприятия. Микросреда и макросреда, их значение в деятельности предприятий.
50. Понятие и назначение концепции товара. Классификация товара. Планирование относительной полезности товара. Методы повышения конкурентоспособности товара.
51. Основные понятия и принципы исследования потребителей. Методы анализа потребителей. Профиль потребителей. Сегментирование рынка.
52. Факторы, влияющие на потребности. Теории мотивации потребительского поведения и моделирование поведения потребителей.
53. Типы рыночной конкуренции. Анализ конкурентов. Модель конкуренции М. Портера.
54. Виды конкурентных преимуществ товара. Способы создания ценового преимущества. Стратегии дифференциации.
55. Товарная политика предприятия. Виды товарной политики. Связь товарной политики с этапами жизненного цикла товара.

56. Ассортиментная политика предприятия. Этапы разработки товарного ассортимента. Факторы, влияющие на формирование ассортимента.
57. Основные характеристики и классы товара. Торговая марка. Марочная политика. Товарный знак. Бренд-имидж товара.
58. Ценовая политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен. Связь между ценой и удовлетворенностью покупателя.
59. Стратегии ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара. Стратегии премиальных и защитных цен, ценовой дифференциации.
60. Маркетинговые исследования. Задачи маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Методы сбора первичной и вторичной маркетинговой информации. Количественный и качественный аспекты маркетинговых исследований.
61. Сбытовая политика предприятия. Понятие товародвижения, его цели и задачи. Принятие решений по основным вопросам товародвижения.
62. Понятие канала сбыта. Функции канала сбыта. Факторы, влияющие на управление каналами сбыта. Структуры каналов сбыта. Основные типы каналов сбыта (открытый, эксклюзивный, выборочный).
63. Особенности организации розничной и оптовой торговли. Франчайзинг и его эффективность.
64. Технологии эффективной продажи продукта. Способы стимулирования сбыта. Рекламная деятельность.
65. Реклама. Участники рекламного процесса, их функции в рекламном процессе. Рекламные теории. Основные виды рекламных обращений. Планирование рекламы.
66. Функции и методы PR. Прямой маркетинг. Формы прямого маркетинга. Роль торгового персонала в маркетинговых коммуникациях.
67. Планирование маркетинговой деятельности, основные принципы и задачи. Направления маркетингового планирования (продуктовое и производственное). Структура маркетинговой программы.
68. Организация маркетинговой службы. Два уровня управления маркетинговой службой. Задачи, которые решают маркетинговые службы.
69. Структуры маркетинговых служб (функциональная, продуктовая, географическая, потребительская), их достоинства и недостатки. Основные требования к построению маркетинговых служб.
70. Политика предприятия в области качества. Способы повышения качества товара. Организация контроля качества.
71. Маркетинговые стратегии. Разработка маркетинговой стратегии предприятия на основе анализа составляющих среды организации. Применение метода SWOT-анализа для выбора маркетинговой стратегии.

Финансовый менеджмент

72. Сущность финансов, их место и роль в системе экономических отношений. Финансовый рынок как механизм перераспределения финансовых ресурсов.

73. Финансы коммерческих организаций; факторы, обуславливающие их специфику.
74. Оборотные средства как объект и инструмент финансового управления. Ускорение оборачиваемости как основа повышения эффективности деятельности.
75. Политика ценообразования компании: понятие, сущность, содержание и порядок формирования.
76. Финансовая среда предпринимательства. Финансовое прогнозирование: цели, задачи и методы.
77. Классификация источников финансирования компании. Собственный и заемный капитал.
78. Управление запасами предприятия в системе финансового менеджмента.
79. Выручка от реализации продукции, экономическая сущность и порядок распределения. Экономическая сущность и виды прибыли.
80. Финансовое состояние компании и методы его оценки. Управление денежными средствами компании.
81. Оценка стоимости денег во времени. Дисконтирование денежных потоков. Норма дисконта.
82. Управление ценой капитала. Сущность и функции предпринимательского риска.
83. Инвестиционная деятельность в системе бизнеса. Типы и классификация инвестиций. Этапы инвестиционного проектирования. Виды эффективности инвестиционных проектов и принципы ее оценки.
84. Финансовое планирование: виды финансовых планов и методы их разработки.
85. Методика расчета и экономический смысл показателя средневзвешенная цена капитала (WACC).
86. Расчет и оценка показателей финансовой устойчивости и показателей ликвидности компании.

Стратегический менеджмент

87. Понятие стратегического менеджмента. Стратегическая пирамида. Уровни стратегического управления организацией.
88. Понятие и значение миссии организации. Направления формирования миссии. Соотношение миссии, целей и задач организации на различных уровнях управления организацией.
89. Основные направления стратегического анализа. Использование результатов анализа в процессе формирования стратегии.
90. Составляющие макро и микроокружения организации. Основные направления анализа макро и микроокружения организации и его влияние на стратегический выбор.
91. Основные направления анализа потребителей, поставщиков и конкурентов. Влияние составляющих непосредственного окружения на деятельность организации.

92. Внутренняя среда организации, ее основные составляющие. Методы анализа внутренней среды. Влияние составляющих внутренней среды на эффективность деятельности организации.
93. SWOT-анализ как инструмент обобщения результатов стратегического анализа и формирования стратегических альтернатив.
94. Типы рыночной конкуренции. Модель М. Портера пяти сил конкуренции. Конкурентные преимущества и способы их создания.
95. Базовые стратегии конкуренции и их особенности. Факторы, влияющие на выбор конкурентной стратегии.
96. Конкурентоспособность фирмы. Определение конкурентоспособности фирмы с помощью матрицы БКГ. Определение конкурентоспособности фирмы с помощью матрицы «Дженерал электрик–Мак-Кинси».
97. Стратегии широкой дифференциации: преимущества и условия применения. Стратегии лучшего соотношения цены и качества.
98. Сущность диверсификации, ее преимущества и ограничения применения. Стратегии диверсифицированного роста.
99. Виды стратегий развития организации. Стратегии роста. Эффективность стратегии.
100. Стратегии концентрированного и интегрированного роста. Применение данных стратегий для обеспечения конкурентоспособности организации.
101. Подходы к реализации стратегии. Анализ стратегических изменений: анализ организационной структуры, процессов управления и организационной культуры. Оценка результатов стратегических изменений.
102. Стратегии сокращения. Целенаправленное и вынужденное сокращение бизнеса. Причины применения стратегий сокращения.
103. Особенности антикризисного управления как формы стратегического менеджмента. Антикризисные стратегии, особенности их применения.
104. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Оценка эффективности стратегии. Внешняя и внутренняя эффективность стратегии.

Дисциплины профиля «Управление малым бизнесом»

Создание и организация деятельности малого предприятия

105. Подходы к понятию предприниматель в работах зарубежных и отечественных ученых. Понятия: бизнес, предпринимательство, коммерция.
106. Предпринимательство как явление и как процесс. Основные функции предпринимательства (малого бизнеса).
107. Коммерческие операции предприятий малого бизнеса в сфере услуг.
108. Сущность российской культуры малого бизнеса. Внутренняя и внешняя среда малого бизнеса.
109. Сущность и критерии определения субъектов малого предпринимательства. Виды и формы предпринимательства в малом бизнесе.
110. Организационно-правовые формы предпринимательства. Индивидуальное и малое предпринимательство.

111. Направления и формы государственной поддержки малого предпринимательства. Причины, тормозящие развитие малого российского предпринимательства.
112. Деятельность предпринимателя по отбору, анализу и реализации предпринимательских идей. Некоторые принципы создания собственного дела. Идея, цель и этапы создания собственного дела.
113. Выбор сферы деятельности нового предприятия. Технико-экономическое обоснование создания нового малого предприятия.
114. Разработка стратегии и тактики нового предприятия. Организация управления предприятием.
115. Сфера принятия управленческих решений. Технология принятия предпринимательских решений.
116. Влияние рисков на предпринимательскую деятельность в малом бизнесе. Управление предпринимательскими рисками. Природа и сущность предпринимательского риска. Основные виды рисков
117. Типология и виды бизнес – планов для малого бизнеса (спонсору, инвестору, кредитору, деловому партнеру, грантодателю и т.д.).
118. Инновационный потенциал малого бизнеса.
119. Налогообложение и налоговые льготы в малом бизнесе. Условия перехода на упрощенную систему налогообложения в малом бизнесе.
120. Основные производственные фонды предприятия малого бизнеса.
121. Оборотные производственные фонды предприятия малого бизнеса.
122. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности.
123. Правовое обеспечение предпринимательства.
124. Кадровое обеспечение предпринимательской деятельности.
125. Конкуренция предпринимательских структур. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция. Основные признаки свободной конкуренции. Совершенная конкуренция. Рынок несовершенной конкуренции. Развитие и значение конкуренции в современных условиях.
126. Ценовая политика предпринимательских структур. Виды цен и источники информации о ценах. Методы ценообразования.
127. Финансовые отношения в процессе хозяйственной деятельности коммерческих предприятий. Источники финансового обеспечения предприятий.
128. Оценка финансового состояния предприятия. Доходность предприятия.
129. Порядок нахождения области эффективной предпринимательской деятельности. Практическое использование области эффективной предпринимательской деятельности для достижения краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных целей предпринимательской деятельности. Инструменты государственного регулирования предпринимательства.
130. Сущность налогового правонарушения и его виды. Формы и виды ответственности за совершение налоговых правонарушений.
131. Виды стоимости, факторы, влияющие на стоимость бизнеса. Рыночная стоимость. Факторы, влияющие на оценку стоимости предприятия.

132. Основные подходы и методы оценки стоимости предприятия. Этапы процесса оценки стоимости предприятия. Выведение итоговой величины стоимости предприятия.

133. Стоимость предприятия как целевая функция управления: связь стоимости предприятия с основными показателями.

134. Сущность лизинга, франчайзинга и иных инновационных видов малого бизнеса.

Инновационная деятельность на малом предприятии

135. Понятие и формы инновационного предпринимательства. Основные признаки малых инновационных предприятий (МИП). Особенности управления малыми инновационными предприятиями.

136. Организационная стадия создания малого инновационного предприятия. Организационная структура нового МИП. Основная научно-производственная структура.

137. Инновационный бизнес и его результаты. Инновационный продукт. Методология системного описания инноваций.

138. Классификации инноваций и их специфика. Этапы инновационного процесса. Специфика фундаментальных, поисковых и прикладных научных исследований.

139. Глобализация НИОКР - сравнительный анализ масштабов, структуры и тенденций НИОКР в предпринимательском секторе.

140. Роль маркетинга на различных этапах инновационного процесса. Управление маркетинговой деятельностью инновационных предприятий.

141. Межфирменная научно-техническая кооперация. Совместные предприятия. Глобализация, стратегическая и технологическая интеграция.

142. Инновационные процессы в развивающихся отраслях промышленности. Понятие отраслевой технологической траектории. Факторы, определяющие инновационное поведение (размер фирмы, тип товара, инновационные цели, источники инноваций).

143. Функции государства в инновационной сфере. Прямые и косвенные методы государственной поддержки инновационной деятельности. Опыт зарубежных стран.

144. Субъекты инновационного предпринимательства. Инфраструктура рынка инноваций. Интеллектуальная собственность как объект рынка инноваций.