

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра менеджмента и маркетинга

**Программа вступительных испытаний в магистратуру
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»**

Профили:

«Управление проектами»

«Менеджмент в информационных

технологиях» «Менеджмент в полимерной
промышленности» «Менеджмент в сельском

хозяйстве» «Менеджмент в строительстве»

«Менеджмент в сфере услуг (торговля)»

«Менеджмент в сфере телекоммуникаций»

«Менеджмент в электрохимических производствах»

«Менеджмент в энергетике»

«Менеджмент в образовании»

*Одобрено кафедрой «Менеджмента и маркетинга»
(протокол № 13 от 01.04. 2015 г.)*

Киров 2015

I. Цель и задачи вступительных испытаний

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистранта, определяемых действующим федеральным государственным стандартом высшего образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент», и включает основные разделы менеджмента и маркетинга, знание которых необходимо для последующего освоения дисциплин магистерской программы.

Целью комплексного вступительного экзамена является установление уровня подготовки поступающего в магистратуру к учебной и научной работе. Задачей вступительного экзамена является выявление базовых знаний у студентов по дисциплинам бакалавриата и эффективное их использование в дальнейшем обучении.

Форма проведения вступительного экзамена: тестирование в письменной форме по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга».

II. Структура вступительного экзамена

Содержание программы определяет общие требования к знаниям лиц с высшим образованием, поступающим в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Экзамен проводится в форме тестирования по следующим подразделам дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»:

Маркетинг. Понятие, основные принципы, функции, цели и сущность маркетинга. Виды маркетинга (пробный, демаркетинг, ремаркетинг и пр.), эволюция концепций маркетинга, методы маркетинга. Маркетинговый менталитет.

Рынок и рыночные агенты. Конкуренция и конкурентоспособность: определение, виды, ценовая и неценовая конкуренция, конкурентоспособность товара, предприятия.

Товарная политика предприятия: определения, составляющие политики, жизненный цикл товара, продукт и продуктовая политика фирмы. Пробные продажи.

Ценовая политика предприятия: определение, методы ценообразования, виды цен, скидок.

Сбытовая политика предприятия (распределение): определение, элементы системы товародвижения, посредники, методы расширения рынков сбыта,

Маркетинговая информационная система.

Брендная и имиджевая политика фирмы.

Маркетинговые исследования: определение, направления исследований, методы исследований, этапы маркетинговых исследований, первичная и вторичная информация, маркетинговый анализ.

Сегментация рынка и позиционирование продукта. Сегментирование рынка: понятия, критерии. Позиционирование товара, предприятия: понятие, принципы.

Системы товародвижения и логистика. Виды ценообразования в маркетинге. Маркетинговые коммуникации, пропаганда и реклама. Типология поведения потребителей. Управление маркетингом. Области применения маркетинга. Франчайзинг: понятие, виды, составляющие франчайзинговых отношений.

Политика продвижения: определение, составляющие, реклама (определение, виды, функции, рекламный слоган, рекламное обращение, рекламный бюджет), PR, имидж предприятия, система маркетинговых коммуникаций

Организация маркетинговой деятельности фирмы. Внедрение и контроль маркетинговой деятельности. Организация службы маркетинга на предприятии, внешняя и внутренняя маркетинговая среда.

Основы менеджмента. Понятие менеджмента как науки и искусства управления; как вида деятельности и принятия управленческих решений. Ключевые категории менеджмента: система и механизм управления, субъект, объект и процесс управления, уровни, звенья, элементы управления управление с помощью обратной связи. Специализация и стереотипизация. Понятие фирмы / организации как объекта управления. Принятие управленческих решений: юридическое обоснование, качество решения, требования к управленческим решениям.

Функции менеджмента / управления. Сущность, предпосылки, классификация функций управления. Типы функций управления; их место и роль в управленческом процессе. Планирование как функция менеджмента. Сущность, виды, методы и принципы планирования. Формы планирования. Понятие и функции целей. Требования, предъявляемые к целям; их классификация. Стратегическое и тактическое планирование и их взаимосвязи. Характеристика аппарата управления. Полномочия, ответственность и их виды. Делегирование полномочий и ответственности: принципы, масштабы, требования, выгоды, сопротивление. Централизация и децентрализация: преимущества и недостатки. Сущность и виды организационных структур: линейная, функциональная, штабная, дивизиональная, матричная. Мотивация и стимулирование. Пирамида потребностей

Маслоу. Элементы и принципы мотивационного механизма. Контроль как функция менеджмента. Виды и этапы контроля. Управление с помощью обратных связей.

Управление персоналом. Сущность, цели, функции, организационная структура системы управления персоналом в современной фирме / организации. Кадровое планирование. Технологии найма, отбора, приема и расстановки кадров. Разработка критериев отбора и определение требований к кандидатам. Управление поведением персонала. Управление конфликтами и стрессами. Взаимосвязь стратегии организации и стратегии управления персоналом.

III. Критерии оценки

Вопрос вступительного испытания оценивается предметной комиссией по 100 – балльной шкале.

IV. Вопросы к вступительному экзамену

1. Понятие менеджмента как науки, искусства управления и вида деятельности.
2. Цель и задачи менеджмента организации. Принципы управления.
3. Функции управления и их классификация. Управленческий цикл.
4. Методы управления: сущность, основные виды, особенности использования.
5. Развитие науки управления, характеристика основных школ управления.
6. Предприятие (организация) как система и понятие «система управления».
7. Понятие организации и общая характеристика. Классификация организации.
8. Организационная структура, структура управления. Сущность и виды.
9. Информационное обеспечение и коммуникации в процессе управления.
10. Сущность и задачи производственного предприятия.
11. Формальные и неформальные виды управления.
12. Стили руководства: авторитарный, демократический, либеральный, адхократический.
13. Ресурсный потенциал как основа производственной деятельности, виды ресурсов.
14. Понятие и состав трудовых ресурсов. Кадровый состав предприятия.
15. Сущность и организация оплаты труда на предприятии.
16. Мотивация и стимулирование.
17. Виды менеджмента: организационный, производственный, финансовый, инновационный, маркетинг, управление персоналом.
18. Планирование как функция менеджмента.

19. Основные функции маркетинга и его принципы.
20. Концепции управления маркетингом.
21. Маркетинговое исследование, его этапы.
22. Маркетинговая среда фирмы.
23. Основные принципы и критерии эффективности сегментирования рынков.
24. Жизненный цикл товара, его этапы, их основные характеристики.
25. Сущность и назначение каналов распределения товара
26. Комплекс маркетинговых коммуникаций фирмы: их виды и характеристика.
27. Формы оплаты труда, порядок ее начисления.
28. Состав и структура основных средств предприятия.
29. Система показателей состава и использования основных средств.
30. Состав и структура оборотных средств. Кругооборот оборотных средств.
31. Показатели эффективности использования оборотных средств.
32. Понятие и виды себестоимости продукции. Статьи и элементы затрат.
33. Сущность и источники формирования инвестиций.
34. Понятие и определение валовой и товарной продукции предприятия.
35. Виды прибыли и ее формирование.
36. Понятие и возможности анализа безубыточности и функционирования предприятия.
37. Управление рисками в организации. Классификация рисков.
38. Лидерство и стили руководства. Решетка менеджмента.
39. Управленческие решения, их сущность, значения, классификация. Методы и модели управленческих решений.
40. Культура организации: понятие, функции, основные типы, формирование и развитие.
41. Управление персоналом в организации. Функции и задачи управления персоналом.
42. Деловое общение, его виды и формы.
43. Особенности публичного выступления. Деловые переговоры.
44. Формирование и развитие систем управления качеством продукции в организации.
45. Понятие гражданско-правового договора, виды, условия и действия договора. Особенности договора контракции.
46. Порядок заключения гражданско-правового договора. Существенные условия договора.
47. Трудовой договор: понятие, стороны, существенные условия; отличия трудового договора от договора гражданско-правового характера.

48. Кадровая политика. Цель, задачи, основные понятия.
49. Оценка персонала. Цель, задачи, формы.
50. Экономическая и социальная виды эффективности управления.

VI. Рекомендуемая литература

Учебная литература (основная)

- 1) Васильева, Г. А. Основы маркетинга [Электронный ресурс] / Васильева Г. А.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 544 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 2) Герчикова, И. Н. Менеджмент. Учебник [Электронный ресурс] / Герчикова И. Н.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 512 с.. - (Золотой фонд российских учебников) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 3) Ефимов, А. Н. Менеджмент. Практикум. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Ефимов А. Н.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 120 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 4) Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг. Менеджмент. 12-е изд. - СПб.: Питер, 2012. - 816 с.: ил. - (Серия "Классический зарубежный учебник")
- 5) Мескон, Майкл Х.. Основы менеджмента : учеб. пособие / М. Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. - 3-е изд.. - Москва : Вильямс, 2012. - 665 с. : ил., табл.. - Библиогр.: с. 651-654 Указ..

Учебная литература (для углубленного изучения)

- 1) Бизнес-кейсы: управление персоналом. - М. : Инфотропик Медиа, 2010. - 148 с.. - (Кадровый менеджмент решает все)
- 2) Завьялов, Петр Степанович. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособие / П. С. Завьялов. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 495 с.. - Библиогр.: с. 488-489 (35 назв.)
- 3) Капон, Ноэль. Управление маркетингом : учеб. для вузов / Н. Капон, В. Колчанов, Д. Макхалберт. - СПб. : Питер, 2010. - 832 с.. - (Классический зарубежный учебник)
- 4) Котлер, Филип. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. - М. : Альпина Паблишерз, 2010. - 209, [1] с.
- 5) Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина. - Москва : Наука спектр ; Москва : Дашков и К, 2012. - 186, [1] с.. - Библиогр.: с. 170-172
- 6) Малашенко, Нина Павловна. Маркетинг на потребительском рынке : учеб. пособие / Н. П. Малашенко. - М. : Омега-Л, 2011. - 206, [1] с.. - (Б-ка высшей школы). - Библиогр.: с. 198

7) Маркетинг : учебник / МГУ ; под ред. В. В. Герасименко. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 414, [2] с. - Библиогр.: с. 413-415

8) Цахаев, Р. К. Маркетинг. Учебник [Электронный ресурс] / Цахаев Р. К.. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и КВ°», 2013. - 550 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

Учебно-методические издания

1) Акулич, И. Л. Маркетинг взаимоотношений. Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Акулич И. Л.. - Минск : Вышэйшая школа, 2010. - 254 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

2) Зобов, А. М. Международный маркетинг. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Зобов А. М.. - Москва : Российский университет дружбы народов, 2011. - 280 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

3) Методические указания по выполнению практических занятий (дневное и вечерне-заочное отделения) [Электронный ресурс] : дисциплина "Менеджмент": специальности 080105.65, 080301.65, 080801, 261001 / ВятГУ, СЭФ, каф. МиМ ; сост. Т. Л. Пестова. - Киров : [б. и.], 2011

4) Синяева, И. М. Маркетинг PR и рекламы. Учебник [Электронный ресурс] / Синяева И. М.. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 496 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

Периодические издания

1) Маркетинг. - М. : ЦМИМ, 1991 - (2014г., N1 (134),2 (135); 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6)

2) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - Москва : Изд-во Финпресс На сайте журнала доступен архив полных текстов отдельных статей. (2014г., N1 (99),2 (100); 2013г., N1-6; 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6)

3) Маркетинг и маркетинговые исследования. - М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова"(2012г., N1-3; 2011г., N3,5,6)

4) Менеджмент в России и за рубежом : все о теории и практике управления бизнесом, финансами, кадрами.... - М. : Изд-во Финпресс На сайте журнала доступен архив полных текстов. (2014г., N1,2; 2013г., N1-6; 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6)

5) Российский журнал менеджмента. - СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет. Высшая школа менеджмента На сайте журнала доступен архив полных текстов отдельных статей. (2012г., N1,2; 2011г., N4; 2010г., N1,2,4)З.П. Общее управление организацией. – М.: «ИНФРА-М», 2010.