

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)



УТВЕРЖДАЮ
Председатель приемной комиссии,
Ректор ВятГУ


В.Н. Пугач

Протокол заседания
Приемной комиссии
от 12.10.2020 № 21

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
по образовательной программе магистратуры
38.04.02 «Менеджмент. Стратегический менеджмент»

1. Цель и задачи вступительных испытаний

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра менеджмента, определяемых действующим государственным стандартом высшего профессионального образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент», и включает основные разделы менеджмента, 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 и соответствие его подготовки требованиям государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Задачей вступительного экзамена является выявление базовых знаний у студентов по дисциплинам бакалавриата и эффективное их использование в дальнейшем обучении.

Форма проведения комплексного вступительного экзамена – тестирование. Тестирование проводится в письменной форме. Для уточнения уровня тесты содержат дополнительные вопросы в рамках выбранной магистерской программы.

2. Структура вступительного экзамена

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

Программа содержит 2 блока:

1. Блок общих вопросов
 - «Маркетинг»;
 - «Менеджмент»;
2. Блок вопросов специализации в зависимости от магистерской программы

Тесты включает вопросы, каждый из которых относится к одной из дисциплин, обозначенных в выше приведенном перечне.

3. Содержание вопросов для вступительных испытаний

3.1. Блок общих вопросов

Дисциплина 1 – Маркетинг

Тема 1 - ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ МАРКЕТИНГА: Определения маркетинга. Функции маркетинга. Виды маркетинга. Комплекс и средства маркетинга. Методы маркетинга. Сегментирование рынка. Стратегическое планирование. Метод матриц. Конкурентоспособность. Горизонтальные и вертикальные маркетинговые системы.

Тема 2 - МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: Понятие и виды информации. Маркетинговая информационная система. Понятие маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Виды маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Понятие и методы расчета емкости и доли рынка.

Тема 3 - ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА: Понятие, классификация, жизненный цикл товара.

Упаковка товара. Марочная политика. Сущность и признаки товарной политики. Разработка нового товара.

Тема 4 - ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА: Методы ценообразования. Маркетинговые стратегии цен. Виды скидок.

Тема 5 - СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА (ПОЛИТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ). Понятия, виды, направления сбытовой политики. Каналы распределения. Логистический сервис.

Тема 6 - МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: Основные понятия. Реклама. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Прямой маркетинг. Паблик рилейшнз.

Дисциплина 2 – Менеджмент

Тема 1 - СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ, ЭВОЛЮЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА / УПРАВЛЕНИЯ:

Понятие менеджмента как науки и искусства управления; как вида деятельности и принятия управленческих решений. Виды менеджмента: организационный, производственный, финансовый, инновационный, маркетинг, управление персоналом. Ключевые категории менеджмента: система и механизм управления, субъект, объект и процесс управления, уровни, звенья, элементы управления управление с помощью обратной связи. Этапы развития управленческой мысли. Школы управления: научная, административная, школа человеческих отношений, школа поведенческих наук. Процессный, системный, ситуационный подходы к управлению.

Тема 2 - ФИРМА / ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ И СУБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: Понятие фирмы / организации как объекта управления. Стадии жизненного цикла фирмы / организации. Внутренняя среда и ее переменные: цели, структура, задачи, технология, люди, реальные результаты. Организационная культура: понятие, элементы, функции, виды. Имидж фирмы / организации. Внешняя среда: факторы прямого и косвенного воздействия.

Тема 3 - ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА / УПРАВЛЕНИЯ: Сущность, предпосылки, классификация функций управления. Планирование как функция менеджмента. Стратегическое и тактическое планирование и их взаимосвязи. Организация / фирма как имманентная функция менеджмента: понятие и принципы. Характеристика аппарата управления. Нормы управляемости. 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. Проектирование организационных структур: подходы, задачи, требования, принципы.

Тема 4 – ЭЛЕМЕНТЫ И МЕТОДЫ МЕНЕДЖМЕНТА / УПРАВЛЕНИЯ: Организационная культура. Принципы и методы формирования и поддержания организационной культуры. Влияние организационной культуры на эффективность организации. Организационное поведение. Коммуникативное поведение в организации. Формирование группового поведения в организации. Мотивация и стимулирование. Элементы и принципы мотивационного механизма. Контроль как функция менеджмента. Виды и этапы контроля. Управление с помощью обратных связей. Понятие, виды и факторы, определяющие эффективность управленческих решений. Стили руководства: авторитарный, демократический, либеральный, адхократический. Показатели эффективности управления и их определение.

Тема 5 СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Особенности применения системного подхода в современном менеджменте. Система управления. Ресурсоэнергообмен в системе управления. SWOT-анализ и другие виды системного анализа экзогенной и эндогенной среды управления предприятием в новых экономических условиях. Управляющая и управляемая система (объект и субъект управления). Организация как объект управления: новые связи, современные организационные структуры. Типы организационных структур: функциональные, продуктовые, проектные команды, филиальные, модульные, матричные, смешанные и др. Структурные проблемы. Неформальные структуры в организации. Процесс целеполагания в организации. Миссия организации.

3.2. Блок специальных вопросов

Дисциплина 1 – Стратегический менеджмент

Тема 1 – ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Общее понятие и основное направление развития стратегического управления
 Роль и предпосылки формирования и развития стратегического управления. Стратегия и стратегический менеджмент. Составные элементы стратегического менеджмента. Объекты, субъекты, уровни и принципы стратегического менеджмента. Основоположники современной теории стратегического управления. Этапы развития стратегического управления. Стадии стратегического менеджмента

Тема 2 – СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМК СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Понятия, сущность и преимущества стратегического планирования. Особенности стратегического планирования на уровне организации/фирмы. Достоинства и недостатки стратегического планирования. Технология разработки стратегической программы организации/фирмы. Определение мисси и целей организации/фирмы

Тема 3 – АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Аналитическая фаза стратегического планирования. Оценка и анализ внешней среды. STEP-анализ. Оценка и анализ внутренней среды: цели, принципы и методы управленческого анализа. Матрица SWOT-анализа. Анализ стратегических альтернатив. Оценка текущей стратегии. Формирование стратегии для фирмы или ее бизнес - единиц. Общие корпоративные стратегии. Базовые стратегии развития. Стратегия диверсификации: цели, мотивы, выгоды, виды. Конкурентные стратегии. Стратегии роста. Функциональные стратегии. Выбор стратегии. Модели выбора альтернативных стратегий. Матрица И.Ансоффа. Модель жизненного цикла товара. Модель АДЛ. Модель Мак-Кинси. Модель «7С». Модель Томпсона и Стрикленда. Модель делового анализа PIMS. Модель «Пять сил конкуренции» по М.Портеру. Оценка выбора стратегии. Условия реализации стратегии

ТЕМА 4 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЙ

Место планирования в стратегическом управлении. Этапы построения стратегического плана. Структуризация работ. Уровни стратегии и стратегические планы. Состав и структура документа «Стратегия фирмы». Основные управленческие составляющие процесса выполнения стратегии. Подбор дееспособной управленческой команды и повышение квалификации персонала. Контроль выполнения стратегии. Анализ причин отклонений. Управление процессом изменения стратегии.

Дисциплина 2 – Менеджмент в отраслях и сферах деятельности

Особенности маркетинга в отраслевой сфере. Взаимодействие внутренней и внешней среды предприятия. Особенности анализа и прогнозирования развития отраслевых рынков. Улучшение позиции фирмы в конкурентной борьбе. Менеджмент в промышленности. Менеджмент в сельском хозяйстве. Менеджмент в торговле и сфере услуг. Менеджмент образовательных услуг. Информационные технологии как особый вид услуг. Роль ярмарок и выставок в организации сбыта товаров и услуг.

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э.В. Минько. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351с.
2. Практический маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.Л. Калужский. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М. | Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 186 с.
3. Маркетинг-менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум / ред.: И. В. Липсиц, О. К. Ойнер.- Москва : Юрайт, 2017. - 379 с.. - (Бакалавр и магистр. Академический курс)
4. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для вузов / М.Л. Калужский. - М. | Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217 с.

5. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с.
6. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Дробышева. - 4-е изд.. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 152 с.
7. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов. - Москва : Дашков и Ко, 2016. – 440 с.
8. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп.. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 510 с.. -(Золотой фонд российских учебников)
9. Менеджмент [Электронный ресурс] : практикум / И.Н. Герчикова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 799 с.. - (Золотой фонд российских учебников)
10. Теория менеджмента. Кн. 1 [Электронный ресурс] : история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение / Э.А. Понуждаев. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 661 с.
11. Теория менеджмента. Кн. 2 [Электронный ресурс] : история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение / Э.А. Понуждаев. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 434 с.
12. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 [Электронный ресурс] : учебник и практикум / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 239 с.. - (Бакалавр. Академический курс)
13. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 [Электронный ресурс] : учебник и практикум / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 249 с.. - (Бакалавр. Академический курс)
14. Менеджмент : практикум / ред. Ю. В. Кузнецов. - Москва : Юрайт, 2017. - 245 с. : табл.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 245-246 (30 назв.)
15. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Экономистъ, 2012.
16. Дафт Л.Р. Менеджмент : Учебник / Пер. с англ. С.К.Мордовина. 10-е изд.СПб. : Питер, 2015. -656 с.
17. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – 12-е изд.– СПб.: Питер, 2012.
18. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Д. А. Балашов [и др.] ; ред. Е. М. Рогова. - Москва : Юрайт, 2017. - 383 с.. - (Бакалавр. Академический курс)
19. Зуб, А.Т. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебник и практикум / А. Т. Зуб. - Москва : Юрайт, 2017. - 422 с.. - (Бакалавр. Академический курс)
20. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я [Электронный ресурс] / Р. Ньютон. - 7-е изд.. - Москва : Альпина Паблицер, 2016. - 180 с.
21. Сергеев А.М. Организационное поведение. – М.: Академия, 2013.
22. Грозова, О. С. Общий менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.С. Грозова. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 96 с.
23. Риск-менеджмент [Электронный ресурс] : практикум / О.М. Репина. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. – 120 с.
24. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 577 с.
25. Погодина, Т. В. Инвестиционный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Т. В. Погодина. – Москва : Юрайт, 2017. - 311 с.. - (Бакалавр. Академический курс)
26. Винокур М. Е. Организация производства и менеджмент. Учебно-методический комплекс. — М.: Проспект. 2020. 168 с.

27. Дашкова И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. — М.: Юрайт. 2020. 276 с.
28. Зуб А. Т. Теория менеджмента. Учебник для бакалавров. — М.: Питер. 2020. 672 с.
29. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. — М.: Юрайт. 2019. 198 с.

Дополнительная:

1. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус, В.Ю. Пашкус. - Москва : Юрайт, 2016. - 225 с. : рис., табл.. - (Бакалавр - Магистр). - Библиогр.: с. 222-223 (23 назв.)
2. Березин, И. Маркетинговые исследования: инструкция по применению / И. Березин. – М.: Юрайт, 2012.
3. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп.. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с.
4. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с.
5. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с
6. Веснин В.Р. Менеджмент. – М.: Проспект, 2012.
7. Виханский О.С., Наумов А.Д. Менеджмент. — М.: Магистр, 2014, - 576 с.
8. Дафт Р.Л. Теория организации. Пер. с англ. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
9. Голубков, Е.П. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Е.П. Голубков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.
10. Гонтарева, И.В. Управление проектами / И.В. Гонтарева, Р.М. Нижегородцев, Д.А. Новиков. - М.: КД Либроком, 2014. - 384 с.
11. Рыбалова, Е. А. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Рыбалова. - Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. - 206 с.
12. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу/ Р.Б.Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. — М.: Экономистъ, 2012.
13. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; Пер. с англ. О.И. Медведь. - М.: Вильямс, 2012. - 672 с.
14. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: «ИНФРА-М», 2013.
15. Попов, С.Г. Основы менеджмента: Учебное пособие / С.Г. Попов. - М.: Ось-89, 2013. - 176 с.
16. Орехов, С. А. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.А. Орехов. - 4-е изд., перераб.. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 440 с.
Абдрахманова, З. Р. Психология менеджмента и бизнеса [Электронный ресурс] : практикум / З.Р. Абдрахманова. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 92 с. : табл.
17. Романова, М.В. Управление проектами: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 256 с.
18. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. - Москва : Юрайт, 2017. - 330 с.. - (Бакалавр. Академический курс)
19. Новикова, И. В. Управление региональными проектами и программами [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.В. Новикова. - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 277 с.
20. Румянцева З.П. Общее управление организацией. – М.: «ИНФРА-М», 2014.
21. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: Инфра-М, 2014.

22. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Теория менеджмента. Учебник для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 288 с.
23. Петров А. Н. Менеджмент. Учебник для академического бакалавриата. В 2-х частях. Часть 1. — М.: Юрайт. 2019. 350 с.
24. Петров А. Н. Менеджмент. Учебник для академического бакалавриата. В 2-х частях. Часть 2. — М.: Юрайт. 2019. 300 с.

4. Порядок проведения вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в следующих формах:

- в форме письменного бланкового тестирования;
- в форме тестирования с применением дистанционных технологий при обязательной идентификации личности поступающего.

Шкала оценивания – 100-балльная.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 40.

Время работы с тестом – 45 минут.