

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ивановский государственный политехнический университет»



***ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
В МАГИСТРАТУРУ
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В ИВГПУ
на направление 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Магистерская программа
«Финансовый менеджмент»***

Иваново 2020

Содержание

| | |
|---|---|
| 1. Общие положения | 3 |
| 2. Цель и задачи вступительных испытаний | 3 |
| 3. Содержание вступительного испытания | 4 |
| 4. Оценка результатов вступительных испытаний | 5 |
| 5. Рекомендуемая литература | 6 |

1. Общие положения

1.1 Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» включает в себя междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

1.2 В основу программы вступительных испытаний положены квалификационные требования, предъявляемые к магистрам по направлению «Менеджмент».

1.3 Программа вступительных испытаний содержит цель и задачи вступительных испытаний, оценку результатов вступительных испытаний, содержание вступительного испытания и рекомендуемую литературу.

1.4 Вступительные испытания проводятся на русском языке.

1.5 Вступительные испытания проводятся в письменной форме .

1.6 Организация и проведение вступительных испытаний осуществляется в соответствии с Правилами приема, утвержденными приказом ректора ИВГПУ, действующими на текущий год поступления.

1.7 По результатам вступительных испытаний поступающий имеет право на апелляцию в порядке, установленном Правилами приема, действующими на текущий год поступления.

1.8 Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» ежегодно пересматривается и обновляется с учетом изменений нормативно-правовой базы РФ в области высшего образования и локальных документов, регламентирующих процедуру приема в ФГБОУ ВО ИВГПУ. Изменения, внесенные в программу вступительных испытаний, рассматриваются и утверждаются на заседании кафедры экономики, управления и финансов. Программа вступительных испытаний утверждается проректором по образовательной деятельности.

1.9. Программа вступительных испытаний публикуется на официальном сайте ИВГПУ не позднее даты, указанной в Правилах приема, действующих на текущий год поступления.

1.10 Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» хранится в документах кафедры экономики, управления и финансов.

2. Цель и задачи вступительных испытаний

2.1 Целью вступительных испытаний является определение подготовленности поступающего к освоению выбранной ООП магистратуры на основе определения требуемых компетенций поступающего, необходимых для освоения магистерской программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

2.2 Основные задачи вступительного испытания:

– проверка знаний и умений в области менеджмента;
– определение навыков самостоятельного овладения знаниями в области менеджмента;

– выявление мотивационной готовности поступающего к обучению в магистратуре, способностей к передаче своих профессиональных знаний и проведения соответствующих прикладных исследований.

В ходе вступительного испытания поступающий должен показать:

знание:

1. Основ функционирования современного предприятия (организации) в условиях рыночной экономики.

2. Типов и разновидностей организационных структур управления и этапов их проектирования.

3. Основных результатов новейших исследований, опубликованных в ведущих профессиональных журналах по проблемам менеджмента, маркетинга, стратегического и финансового менеджмента.

умение:

1. Ориентироваться в основных концепциях и направлениях современного менеджмента;
2. Применять теоретические знания для анализа реальных экономических явлений и управленческих ситуаций.
3. Проводить сравнительный анализ управленческих моделей, оценивать риски принятия решений.

владение:

1. Основными концепциями менеджмента, навыками использования их для эффективного принятия управленческих решений.
2. Профессиональной терминологией и лексикой менеджмента.
3. Методами и инструментами стратегического анализа.
4. Навыками маркетинговых исследований для разработки стратегий развития организаций.

3. Содержание вступительного испытания

3.1 Вступительные испытания проводятся на основании экзаменационных билетов, каждый из которых включает 3 вопроса: вопрос по дисциплине «Экономическая теория», вопрос по дисциплине «Менеджмент» и вопрос по дисциплине «Маркетинг».

3.2 Вступительный экзамен проводится письменно в течение двух астрономических часов, за которые поступающий должен дать письменные развернутые ответы на вопросы экзаменационного билета. В ходе экзамена запрещается пользоваться электронными средствами связи.

3.3 Для абитуриентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов вступительные испытания проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3.4 Экзаменационные вопросы:

1. Определение оптимального объема производства в условиях максимизации прибыли.
2. Определение оптимального объема производства в условиях минимизации убытков и закрытия предприятия.
3. Спрос и предложение: сущность, факторы, законы, кривые.
4. Рынок: сущность, виды, свойства. Рыночный механизм и его основные элементы.
5. Эластичность спроса и предложения: способы определения и практическое применение.
6. Макроэкономика: сущность, субъекты, цели и инструменты.
7. Инфляция: сущность, формы, причины
8. Фискальная политика государства и ее инструменты
9. Роль и функции государства в экономике. Инструменты государственного регулирования экономики.
10. Безработица: формы, причины и уровень, государственное регулирование
11. Сущность и функции денег. Монетарная политика государства
12. Менеджмент человеческих отношений (Э. Мэйо, М. Фоллет).
13. Полномочия в организации: понятие, виды, делегирование.
14. Рациональная школа менеджмента (Ф. Тейлор, Л. и Ф. Гилберты)
15. Контроль: понятие, виды, принципы
16. Коммуникация: понятие, этапы коммуникационного процесса
17. Планирование: понятие, виды планов, эффективность планирования.

18. Структура бизнес-плана организации
19. Современный подход к менеджменту (П. Друкер, концепция «7-S», ситуационный подход И. Ансоффа).
20. Организация: определение, сущность, типология.
21. Организационные структуры: виды, принципы построения.
22. Школа «научного менеджмента».
23. Групповая динамика: понятие и характеристика групп.
24. Мотивация: понятие и основные теории.
25. Управленческое решение: понятие, виды, структура.
26. Конфликт: понятие, причины возникновения, виды. Методы управления конфликтами.
27. Среда маркетинга: состав, структура, принципы анализа.
28. Сущность товара в маркетинге: сравнительный анализ концепций уровней товара и жизненный цикл товара, свойства товара.
29. Сущность и функции, задачи и принципы маркетинговой деятельности фирмы.
30. Ценовая и неценовая конкуренция.
31. Позиционирование товара, товарная марка, бренд.
32. Коммуникативная политика предприятия – сравнительный анализ элементов.
33. Товарный ассортимент и номенклатура. Стратегии развития ассортимента.
34. Реклама как инструмент коммуникативной политики фирмы.
35. Комплекс маркетинга: содержание, характеристика элементов.
36. Конкурентные стратегии предприятия. Модель Портера.
37. Маркетинговые ценовые стратегии и тактики.
38. Конкурентоспособность товара: понятие, методы расчета.
39. Распределительная политика в маркетинге.
40. Маркетинговые исследования: содержание, этапы, принципы организации.

4. Оценка результатов вступительных испытаний

4.1 Все вопросы вступительного испытания оцениваются отдельно, по столбальной шкале. Итоговая оценка за вступительный экзамен определяется на основании среднеарифметического балла, полученного по каждому из трех вопросов.

4.2. При определении оценки члены экзаменационной комиссии руководствуются следующими критериями (см. табл.1):

Таблица 1-Критерии оценивания письменного экзамена

| Диапазон присваиваемых баллов | Критерии соответствия |
|-------------------------------|---|
| 91-100 | Абитуриент показал всестороннее, глубокое и систематическое знание учебного материала; ответ отличается точностью использованных понятий; материал излагается последовательно и логично. Было продемонстрировано умение формулировать, аргументировать и отстаивать собственную точку зрения. Высокая мотивация к обучению по данной программе. |
| 81-90 | Абитуриент показал всестороннее, глубокое и систематическое знание учебного материала; ответ отличается точностью использованных понятий; материал излагается последовательно и логично. Было продемонстрировано умение формулировать, аргументировать и отстаивать собственную точку зрения. Однако имеются в ответе небольшие неточности. Высокая мотивация к обучению по данной программе. |

| | |
|-------|---|
| 60-80 | Абитуриент показал хорошее знание материала по экзаменационным вопросам. Имеются навыки аргументации и отстаивания собственной позиции. Однако материал излагается непоследовательно, очевидны пробелы в знаниях, имеются неточности. Абитуриент в полной мере мотивирован к обучению по профилю программы. |
| 30-59 | Абитуриент показал уровень знаний, достаточный для начала обучения по ООП, владеет основными понятиями. Однако ответы на вопросы были даны без необходимой для их раскрытия полноты и последовательности, были допущены неточности. Абитуриент демонстрирует желание к обучению по профилю программы. |
| 0-29 | В ответах абитуриента обнаруживаются значительные пробелы в знании учебного материала, допущены грубые ошибки. Уровень знаний не позволяет приступить к освоению ООП. Абитуриент недостаточно мотивирован к обучению по профилю программы. |

4.3 Зачисление в магистратуру проводится по результатам конкурсного отбора по количеству набранных баллов. Результаты вступительных испытаний размещаются на официальном сайте университета. Лица, не прошедшие по конкурсу на бюджетные места, могут с этими баллами участвовать в конкурсе на места по договорам об оказании платных образовательных услуг. Минимальное количество баллов для поступления в магистратуру – 30 баллов.

5.Рекомендуемая литература

а) основная литература

1.Веснин,В.Р. Менеджмент : Учебник / В. Р. Веснин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект, 2018. - 616с.

2.Коротков,Э.М. Менеджмент [электронный ресурс] : учеб. для СПО / Э. М. Коротков. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 566с.

3. Теория менеджмента [электронный ресурс] : учеб. и практикум для академ. бакалавриата / В.Я. Афанасьев [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 665с

4.Петров,А.Н. Менеджмент. В 2-х ч. [электронный ресурс] : учеб. для академ. бакалавриата / А. Н. Петров. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2019. – 648 с.

5.Гапоненко,А.Л. Теория управления : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: : Юрайт, 2019. - 336с.

6.Экономическая теория [электронный ресурс] : учеб. и практикум для академ. бакалавриата / С.А. Толкачев [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 410с. (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

7. Коршунов,В.В. Экономическая теория (для не экономистов) [электронный ресурс] : учеб. для вузов / В. В. Коршунов. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 219с. (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

8. Иохин,В.Я. Экономическая теория [электронный ресурс] : учеб. для бакалавриата и специалитета / В. Я. Иохин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 353с. (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

9. Экономическая теория [электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и специалитета / Г.Е. Алпатов [и др.]. - М. : Юрайт, 2019. - 299с. (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

10.Экономическая теория [электронный ресурс] : учеб. для академ. бакалавриата / Е.Н. Лобачева [и др.]. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 539с. (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

11. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования [электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Д. В. Тюрин. - М. : Юрайт, 2019. - 342с. - (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

12. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика [электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин. - М. : Юрайт, 2019. - 181с. - (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

б) дополнительная литература

6. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. - М. : Дело, 1999. - 799с.

7. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник для вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - М. : Гардарики, 2003. - 527с.

8. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник для вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 4-е изд. ; перераб. и доп. - М. : Экономистъ, 2008. - 670с.

9. Мэддакс, Р. Успешная команда : Как ее создать, мотивировать и развивать / Р. Мэддакс ; пер. с англ. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2008 - 104с.

10. Бражко, Е. И. Управленческие решения : учебное пособие / Е. И. Бражко, Г. В. Серебрякова, Э. А. Смирнов. - 2-е изд. - М. : РИОР, 2010 - 126 с.

11. Казначевская, Г. Б. Менеджмент : учебное пособие для бакалавров / Г. Б. Казначевская, И. Н. Чуев, О. В. Матросова. - М. : Феникс, 2013. - 366с.

12. Герчикова, И. Н. Менеджмент [электронный ресурс] : Учебник / И. Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 510с.

13. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент [электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Т. Кузнецов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 623с.

14. Арутюнова, Г. И. Экономическая теория : учебник для вузов / Г. И. Арутюнова. - М. : Международные отношения, 2003. - 366с.

15. Экономическая теория: микроэкономика-1, 2, мезоэкономика [электронный ресурс]: Учебник / Г. П. Журавлева [и др.]. - 7-е изд. - М. : Дашкови К, 2016. (RL:<http://biblioklub.ru/index.php?page=book&id=453886>).

16. Шаронина, Л. В. Макроэкономика [электронный ресурс] : учеб. пособие. В 2-х ч. Ч.1 / Л. В. Шаронина. - М.; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 117с.:ил.,табл. - (URL:<http://biblioklub.ru/index.php?page=book&id=480937>).

17. Шаронина, Л. В. Макроэкономика [электронный ресурс] : учеб. пособие. В 2-х ч. Ч.2 / Л. В. Шаронина. - М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 101с.:ил.,табл. - (URL:<http://biblioklub.ru/index.php?page=book&id=499017>).

18. Макконнелл, К. Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2-х тт. : учебник. Т.2 / К. Р. Макконнелл ; К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю: пер. с англ. - 11-е изд. - М. : Республика, 1993. - 400с.

19. Курс экономической теории : учебник / под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. - 7-е изд. ; доп. и перераб. - Киров : АСА, 2012. - 880с.

20. Борисов, Е. Ф. Экономическая теория : учебник для вузов / Е. Ф. Борисов. - М. : Юрайт-М, 2002. - 384с.

21. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики : учебник / Р. М. Нуреев. - 2-е изд. ; изм. - М. : Норма, 2009. - 576с.

22. Калужский, М. Л. Маркетинг [электронный ресурс] : учеб. для вузов / М. Л. Калужский. - М.; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217с. - (URL:<http://biblioklub.ru/index.php?page=book&id=473029>)

23. Маркетинг : Учебник / под ред. д.э.н., проф. В. В. Герасименко. - Изд. 3-е перераб. и доп. - М. : Проспект, 2017. - 512с.

24. Маркетинг: теория и практика [электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров / С. В. Карпова. - М. : Юрайт, 2019. - 408с. - (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

25. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [электронный ресурс] : Учебник / В.Т. Гишина [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - М. : Дашков и К, 2018. - 446с.:ил. - (URL: <http://biblioclub.ru/index/php?page=book&id=49578>)

26. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [электронный ресурс] : учеб. и практикум для академ. бакалавриата / С.В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна. - М. : Юрайт, 2019. - 404с. - (Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>).

27. Российский журнал менеджмента (Режим доступа: <https://rim.spbu.ru/issue/archive>).

в) информационно-справочные системы

1. <http://window.edu.ru/window/catalog> - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной системе.