

ПРОГРАММА
вступительного испытания в магистратуру
по направлению **38.04.02 - Менеджмент**

1. Сущность и предмет менеджмента. Различные трактовки менеджмента их взаимосвязь. Менеджмент и управление.
2. Общие функции менеджмента, их характеристика.
3. Уровни управления. Факторы проектирования и распределения полномочий в организации.
4. Школы и подходы к менеджменту. Их историческое развитие.
5. Понятие об управляющей и управляемой системах, их взаимосвязь.
6. Принципы менеджмента, их развитие, современная парадигма управления.
7. Представление об организации (предприятии), признаки ее открытости, управленческая деятельность менеджеров в организации.
8. Внутренняя среда организации. Понятие, переменные внутренней среды, их характеристика.
9. Внешняя среда предприятия среди прямого и косвенного действия, факторы внешней среды.
10. Учет психологии личности и социального статуса работников в менеджменте.
11. Группы и их значимость в управлении. Развитие неформальных групп.
Пути повышения эффективности групп.
12. Власть, влияние, лидер. Формы власти, их положительные и отрицательные стороны, убеждение и участие.
13. Обзор теорий лидерства, их историческое развитие. Классификация стилей лидерства.
14. Система методов управления.
15. Мотивация как функция менеджмента. Содержательные и процессуальные теории мотивации.
16. Природа конфликтов на предприятии и управление конфликтной ситуацией.
17. Социальная ответственность и этика бизнеса.
18. Виды организационных структур управления предприятием.
19. Новое в типах организационных структур. Адаптивные структуры управления.
20. Основы организационного проектирования.
21. Централизация и децентрализация в управлении. Диверсификация и интеграция, департаментизация.
22. Управленческие решения :понятие, виды, классификация.
23. Процесс выработки и реализация управленческих решений.
24. Сущность и процесс контроля. Эффективный контроль.
25. Коммуникационный процесс. Межличностные и организационные коммуникации.

26. Информационное обеспечение управления, современные информационные технологии и технические средства управления.
27. Содержание концепции маркетинга в менеджменте: философия, цели, функции.
28. Определение рынка. Элементы рыночного окружения. Классификация и типы рынков.
29. Сегментация рынка в маркетинговом управлении: цели и принципы сегментирования.
30. Комплекс маркетинга: определение и характеристика.
31. Товарная политика предприятия.
32. Ценовая политика предприятия.
33. Сбытовая политика фирмы. Выбор каналов сбыта.
34. Жизненный цикл товара: этапы. Виды кривых ЖЦТ.
35. Уровни конкурентоспособности предприятий.
36. Предпосылки развития стратегического управления на российских предприятиях. Этапы развития корпоративного планирования.
37. Сущность стратегического менеджмента и особенности стратегических решений.
38. Типы стратегий: корпоративная, деловая, функциональная.
39. Основные этапы стратегического менеджмента. Определение миссии и кредо предприятия.
40. Стратегические группы конкурентов. Конкурентные преимущества предприятия.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Виханский О.С Менеджмент: учебник/ Виханский О.С ., Наумов А.И. – М.: Экономистъ, 2006. (гриф МО РФ)
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. (гриф МО РФ)
3. Дорофеев В.Д. Менеджмент: учеб. пособие /Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопап Н.Ю. – М.: ИНФРА-М, 2009. (гриф УМО)
4. Коротков Э.М. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009. (гриф УМО)
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К.Л.Келлер – 3-е изд.; пер. с англ. под ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.
6. Филипп Котлер. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс]. М: Альпина Паблишер, 2014. 211 с. Режим доступа: <http://www.alpinabook.ru/catalogue/8034/>
7. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник. 6-е изд. Мн.: Выш. Шк., 2012. 511 с.
8. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. 4-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2012. 676 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

9. Веснин В.Р Менеджмент: учебник. – М.: Проспект, 2007. (гриф МО РФ) – 217 с.

10. Наумов В.Н. Маркетинг: учебник [Электронный ресурс]. М.: ИНФРА-М, 2016. 320 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505620>
11. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. 3-е изд. М.: Финпресс, 2011. 704 с.
12. Маркетинг учебник / кол. авторов; под ред. проф. Т.Н. Парамоновой. – 4-е изд. , перераб. и доп. – М.:КНОРУС ,2007. – 360 с.
13. Огарков А.А Управление организацией : учебник. – М.: Эксмо , 2006 – 322 с.
14. Поршнев А.Г. Управление организацией: учебник / Поршнев А.Г ., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА – М, 2008. – 296 с.(гриф)
15. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика ,1989. – 519с.
16. Общий и индустриальный менеджмент: учеб. пособие / Под ред. Р.А. Попова, Г.Я. Рубина . Краснодар: Изд. КубГТУ, 2006. – 272 с.