

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет имени
М.К. Аммосова»
Финансово-экономический институт

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ФЭИ СВФУ



А.А. Кугаевский

2015 г.

Программа вступительных испытаний в магистратуру по Менеджменту
направления
38.04.02 Менеджмент
программа Маркетинговые технологии

Программа академическая
Квалификация выпускника
Магистр менеджмента
Форма обучения
Очная

Якутск, 2015

Пояснительная записка

Программа вступительного испытания составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, предъявляемыми к уровню подготовки необходимой для освоения специализированной подготовки магистра, а также требованиями, предъявляемыми к профессиональной подготовки выпускника по направлению подготовки магистра Менеджмент.

Данная программа предназначена для подготовки к вступительным испытаниям в академическую магистратуру Финансово-экономического института по направлению 38.04.02 Менеджмент программа Маркетинговые технологии.

Вступительные испытания проводятся для лиц имеющих диплом о высшем профессиональном образовании (специалиста и бакалавра).

Цели и задачи вступительного испытания

Цель вступительного испытания - проверка уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки, способствует реальной оценке уровня подготовки будущего магистра по циклам дисциплин, предусмотренным федеральным государственным образовательным стандартом.

Задачи - определить необходимый начальный уровень научной подготовленности для поступающих в магистратуру требуемый для освоения программы магистратура и подготовке магистерской диссертации.

Форма проведения

Форма проведения вступительного испытания - устное собеседование по подготовленным билетам (2 вопроса). Продолжительность испытаний: 2 часа.

Проводится в форме устного ответа абитуриента на вопросы членов экзаменационной комиссии.

Часть 1.

Вопросы для самоподготовки к экзамену (Менеджмент):

1. Школы менеджмента: эволюция и современность.
2. Эффективность управления: факторы, оценки, тенденции.
3. Значение корпоративной культуры для эффективного управления организацией.
4. Процесс принятия управленческого решения.
5. Понятие и характеристика стилей руководства в менеджменте. Факторы формирования стиля управления.

6. Содержание, разнообразие и специализация функций управления.
7. Основные характеристики и назначение бизнес-плана.
8. Разработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска.
9. Ролевая структура деятельности менеджера.
10. Этика менеджмента. Её роль и место в управлении организации.
11. Условия и факторы обеспечения качества принимаемых решений.
12. Власть и партнерство в современном менеджменте.
13. Цели управления, классификация и основные требования к их разработке.
14. Риски в управлении: классификация, показатели и методы их оценки.
15. Сравнительная характеристика моделей менеджмента: американская, японская, европейская и др.
16. Формальные и неформальные группы: понятие, структура, особенности формирования и развития.
17. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента.
18. Стратегическое управление предприятием: основные характеристики.
19. Основные характеристики организационного управления предприятием.

Часть 2

1. Вопросы для самоподготовки (Маркетинг)

2. Сущность и основные понятия маркетинга.
3. Исторические этапы становления маркетинга: характеристика и особенности в период 1930-60-е гг.; 1960-1990-е гг. 1990-по н.в.
4. Сущность и особенности основных концепций маркетинга.
5. Понятие и характеристика внешней среды предприятия
6. Концепция традиционного маркетинга и концепция маркетинга партнерских отношений: характерные особенности.
7. Маркетинг товара и маркетинг услуг: особенности формирования стратегии продвижения.
8. Стратегическая и тактическая части плана маркетинга
9. Модель расширенного соперничества Портера.
10. Особенности стратегий развития малых, средних и крупных предприятий.
11. Планирование товарного ассортимента.
12. Матрица БКГ.
13. Основные типы конкуренции. Характеристика конкурентных стратегий предприятия на товарных рынках.
14. Понятие конкурентного преимущества: внутреннее и внешнее конкурентное преимущество.
15. Основные показатели и оценка конкурентных преимуществ
16. Матрица Мак-Кинзи и ее применение в разработке маркетинговых стратегий предприятия.
17. Позиционирование товара: цели, основания.
18. Оценка конкурентоспособности товара.

19. Характеристика стратегий маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара.

Критерии оценки

Все вступительные испытания для поступающих на 1-й курс оцениваются по 100-балльной шкале. Порог успешности прохождения вступительного собеседования составляет 50 баллов.

Решение об оценке, выставляемой каждому экзаменуемому в отдельности, экзаменационная комиссия принимает коллегиально.

№ п/п	Критерий	Максимально возможная сумма баллов	Баллы
1	полнота изложения материала	50	20-50
2	владение специальной терминологией	20	10 - 20
3	логичность изложения материала	20	10-20
4	владение основной и дополнительной научной литературой	5	0 - 5
5	грамотное оформление ответа	5	0-5
Общая сумма баллов		100	

Рекомендованная литература для прохождения собеседования

Основная:

1. Азоев Г.Л. Управление организацией. –М.: ИНФРА-М, 2012 (под ред. Поршнева А.Г.)
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. 5-е изд. – М.: Инфра-М, Магистр, 2010.
3. Дафт Р.Л. Менеджмент: Учебник для вузов: пер. с англ. / Р. Л. Дафт. - 8-е изд. - СПб: Питер, 2011. - 800 с.
4. А.В. Общий менеджмент. –М.: Синергия, 2012 Коротков Э.М. Менеджмент. Учебник. – Юрайт, 2010.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2010.
6. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – Изд. 4-е, доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2006

Дополнительная:

1. Дракер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2000.
2. Макаров В.М., Попова Г.В. Менеджмент: Учебное пособие. – СПб. Питер, 2011.

3. Михненко П.А. Общий менеджмент: Учебное пособие. – М.: 2013.
4. Организационное поведение. / Под. Ред. Г.Р. Латфуллина О.Н., Громовой. – Изд. 2-е, доп. и перераб – Спб.: Питер, 2009.- 464 с.
5. Уолш К. Ключевые показатели менеджмента. – М.: Дело, 2000.
6. Ли Якокка. Карьера менеджера. М.: Попурри, 2011