

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.К. АММОСОВА»
Финансово-экономический институт



Утверждаю:
Директор ФЭИ СВФУ
А. Г. Набережная
2019

Программа вступительного испытания
(собеседование профильной направленности)

по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент
Программа: Стратегический маркетинг

Программа Прикладная
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очная, заочная

Составитель:
Руководитель магистерской программы
Степанова Лидия Михайловна

Якутск 2019

Пояснительная записка

Программа вступительного испытания составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент (уровень магистратуры). Вступительные испытания проводятся в форме собеседования для лиц имеющих диплом о высшем профессиональном образовании (специалиста и бакалавра). Программа предназначена для ознакомления и подготовки абитуриентов, изъявивших желание обучаться по направлению «Менеджмент» Образовательная программа «Стратегический маркетинг»

Краткая аннотация магистерской программы

Проблема совершенствования маркетинговой деятельности становится крайне актуальной в условиях неопределённости, кризиса.

Необходимость стратегического маркетинга связана с ответами на вопрос: что делать и как поступить, в сложной рыночной ситуации, как можно обойтись без кредитов, без минимальных потерь? Маркетинговый, стратегический анализ ситуации, маркетинговые исследования дадут возможность определить и охарактеризовать рыночную позицию организации, расчёты показателей эффективности деятельности организации позволят скорректировать поведение организации на рынке, в рамках разработанных стратегий: общих, инструментальных, конкурентных.

Цели современного менеджмента, маркетинга задаются системой его управления, на основе применения маркетингового инструментария. Маркетинг является первой стадией жизненного цикла организации и любого субъекта рынка.

Образовательная программа Стратегический маркетинг, направления 38.04.02 Менеджмент предусматривает подготовку конкурентоспособных специалистов, осуществляющих на высоком профессиональном уровне управленческую, предпринимательскую, организационную деятельность.

В связи с этим в учебном плане предусмотрено изучение:

- Методов исследований в менеджменте и экономике;
- Управление конкурентоспособностью;
- Управление инвестиционными проектами;
- Поведение потребителей;
- Управленческая экономика;
- Студенты имеют возможность выбирать для углубленного изучения дисциплины:
- Управление персоналом
- Технологическое предпринимательство;
- Кросскультурный маркетинг;
- Лидерство;
- Формирование имиджа субъекта рынка;
- Маркетинговые коммуникации;
- Инновационный маркетинг;

Цели и задачи вступительного испытания

Цель вступительного испытания: провести качественный набор студентов магистратуры, способных сформировать компетенции, соответствующие требованиям ФГОС.

Задачи:

- проверить уровень знаний абитуриентов магистратуры по программам дисциплин: менеджмент и маркетинг.
- выявить способности абитуриентов чувствовать и понимать предпочтения других людей, составлять обоснованные и аргументированные выводы, определить уровень их маркетингового мышления.
- маркетингового мышления, умение

Форма проведения

Вступительное испытание проводится в форме собеседования профильной направленности. В билете 2 вопроса по каждому вопросу следует ответить на 5 более конкретных вопросов, заданных в билете.

Программа вступительных испытаний по направлению 38.04.02. Менеджмент профиль: «Стратегический маркетинг»

Цель: оценить уровень подготовки абитуриента для обучения по программе магистратуры «Стратегический маркетинг» и предрасположенность к обучению по программе.

Программа направлена на выявление знаний умений и навыков по дисциплинам: Менеджмент; Маркетинг.

Менеджмент

Темы дисциплины	Содержание темы	Типовые вопросы для собеседования
1. Понятие менеджмента	Сущность, цели и задачи менеджмента Природа управления, методы менеджмента, внешняя и внутренняя среда организации. Особенности работы менеджеров в кризисных ситуациях. Виды менеджмента.	- назовите основные факторы возникновения менеджмента; - менеджер это специалист в области? -что Вы понимаете под выражением: сочетание централизации и децентрализации - демократизация это что? - назовите факторы внешней среды предприятия; - назовите факторы внутренней среды предприятия; - почему необходимо определять характер их влияния? - что такое неопределённость среды? -какова роль человеческого фактора в кризисных ситуациях? - раскройте цель и задачи в менеджменте организации;
2. Функции менеджмента	Планирование и прогнозирование. Организация и координация. Мотивация и контроль.	-в чём заключаются задачи планирования? -в чём заключается роль мотивации? -от чего зависит стимулирование персонала? -основной принцип стимулирования? -почему необходимо планировать деятельность организации?

		-как определить: что? когда? кого? проконтролировать? -нужно ли сотрудникам самовыражаться?
3. Организационная структура управления	Понятие организационной структуры управления. Виды организационных структур управления. Принципы и правила построения организационных структур управления	- организационная структура это...? - организация меняет свою организационную структуру каждые 2 года. Это хорошо? Или ? Почему? - какие факторы определяют выбор организационной структуры управления - какие принципы лежат в основе построения организационной структуры?
4. Социально-психологические аспекты менеджмента	Качества менеджера. Понятие руководства и лидерства. Стили руководства	- назовите личностные особенности успешных лидеров; - охарактеризуйте составляющие своего эмоционального интеллекта; - раскройте принципы этики деловых отношений.

Маркетинг

Темы дисциплины	Содержание темы	Типовые вопросы для собеседования
1. Сущность маркетинга	Сущность, цели и задачи маркетинга. Определения маркетинга. Рабочие понятия: нужда-потребность-спрос. Маркетинг и менеджмент. Влияние конкуренции на деятельность субъекта рынка.	-что такое маркетинг? - принцип «приоритета потребителя» Вы понимаете как... -назовите инструменты маркетинга; -развитие маркетинга носит эволюционный характер или? Почему? -цели маркетинга? - что такое кризис? -почему маркетинг сегодня особенно актуален? -раскройте роль маркетинга в кризисной ситуации; -Ваш конкурент приступил к снижению цен, Ваши действия? -конкуренция это хорошо? -конкуренция это плохо? - приведите примеры ценовой конкуренции; - приведите примеры неценовой конкуренции; - почему Вы решили поступить на нашу программу? - на Ваш взгляд, какими качествами должен обладать маркетолог?
2. Функции маркетинга	Исследовательская функция маркетинга. Производственная функция маркетинга.	-в условиях конкуренции что необходимо исследовать? Как это можно сделать? -какие методы исследования можно использовать?

	Сбытовая маркетинга. продвижения.	функция Функция	- цели исследования заключаются в...? - если сравнить цены на хлеб, что Вы можете сказать? - объясните причины изменения цен на рынке одежды; - как влияет на Вас реклама? - оцените действия продавцов услуг, товаров на конкретном примере. - опишите процесс покупки продовольственного товара на примере... - продавец получит доход от продажи при условиях...
--	-----------------------------------	--------------------	---

Примечание:

1. Каждому абитуриенту предлагается принести с собой краткое представление о себе: Что закончили? Когда? Почему поступаете на программу «Стратегический маркетинг»?
2. Учебники под номерами 1 и 8 имеются в библиотеке (здание ГУК)

Методические рекомендации для проведения собеседования:

1. Время на собеседование с одним абитуриентом 15 мин.
2. Каждому абитуриенту задаются вопросы в пределах установленного времени не более 10 вопросов.
3. Каждый правильный ответ оценивается в 10 баллов.
4. При необходимости комиссия вправе задавать наводящие вопросы, но баллы за ответ снижаются.
5. Ответ оценивается в том числе и по стилистике, темпу речи, выразительности, реакции. Приветствуется креативность, позитивность, открытость и доброжелательность.

Оценочная шкала ответов:

10 баллов – абитуриент правильно понял вопрос, дал полный, исчерпывающий, без наводящих вопросов ответ.

6,7 баллов – абитуриент дал не совсем точный и полный ответ, студент дополнил ответ после наводящего вопроса.

3,3 балла – абитуриент правильно смог ответить на вопрос после двух дополнительных наводящих вопросов.

0 баллов – абитуриент не понял вопроса и дал неправильный ответ.

Критерии оценивания ответов:

100 баллов – абитуриент дал 10 исчерпывающих, правильных ответов;

67 баллов – абитуриент успел дать правильные ответы на 7 вопросов, без наводящих вопросов. Остальные ответы даны, не в полной мере;

33 балла - абитуриент успел дать 3 правильных ответа на 6 вопросов, без наводящих вопросов. Остальные ответы даны, не в полной мере;

0 баллов – Ответы неточные, студент не ориентируется в материале.

Примечание: абитуриент может набрать баллы выше указанных критериев: более 67, 33, баллов.

Рекомендуемая литература

1. Беляев.В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник/ В.И.Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.
2. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс] : монография / А.М. Годин, О.А. Масленникова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 179 с. <https://e.lanbook.com/book/70529>.
3. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг: Монография / М.Ю. Горнштейн. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 404 с. <https://e.lanbook.com/reader/book/103736/#1>
4. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования. М.: вузовский учебник, 2010. УБ ФЭИ
5. Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/712235.html>
ЭБС «IPRbooks»Коротков А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 303 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 213 с. <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>
7. Моргунов, В.И. Конкурентоспособность менеджмента на основе современных форм и методов управления предприятиями [Электронный ресурс] : монография / В.И. Моргунов, Г.В. Моргунов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 160 с. <https://e.lanbook.com/book/70533>.
8. Менеджмент: учебник для бакалавров/под общей редакцией И.Н. Шапкина. – М.:ИздательствоЮрайт; ИД Юрайт, 2012. – 690с.
9. Эриашвили Н.Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н.Д. Эриашвили. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с.