

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



УТВЕРЖДАЮ:
Директор ФЭИ СВФУ
А.А. Кугаевский
«30» сентября 2017 г.

Программа вступительного испытания
(собеседование профильной направленности)
по направлению 38.04.02 Менеджмент
Программы Стратегический маркетинг

Программа прикладная
Квалификация выпускника
Магистр
Форма обучения
Очная

Якутск 2017

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 программ «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 выбрать 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: произвести 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, уровень их маркетингового мышления.
- маркетингового мышления, умение

Форма проведения

Вступительное испытание проводится в форме собеседования профильной направленности.

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.	- назовите основные факторы возникновения менеджмента; - менеджер это специалист в области? -что Вы понимаете под выражением: сочетание

	<p>Виды менеджмента.</p> <p>Изучайте Учебник под номером 8 и другие</p>	<p>централизации и децентрализации</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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;
<p>2. Функции менеджмента</p>	<p>Планирование и прогнозирование.</p> <p>Организация и координация.</p> <p>Мотивация и контроль.</p> <p>Изучайте Учебник под номером 8 и другие</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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?
<p>3. Организационная структура управления</p>	<p>Понятие организационной структуры управления.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - организационная структура это...? - организация меняет

	<p>Виды организационных структур управления. Принципы и правила построения организационных структур управления</p> <p>Изучайте Учебник под номером 8 и другие</p>	<p>свою организационную структуру каждые 2 года. Это хорошо? Или ? Почему?</p> <ul style="list-style-type: none"> - какие факторы определяют выбор организационной структуры управления - какие принципы лежат в основе построения организационной структуры?
<p>4. Социально-психологические аспекты менеджмента</p>	<p>Качества менеджера. Понятие руководства и лидерства. Стили руководства</p> <p>Изучайте Учебник под номером 8 и другие</p>	<ul style="list-style-type: none"> - назовите личностные особенности успешных лидеров; - охарактеризуйте составляющие своего эмоционального интеллекта; - раскройте принципы этики деловых отношений.

Маркетинг

Темы дисциплины	Содержание темы	Типовые вопросы для собеседования
<p>1. Сущность маркетинга</p>	<p>Сущность, цели и задачи маркетинга. Определения маркетинга. Рабочие понятия: нужда-потребность-спрос. Маркетинг и менеджмент. Влияние конкуренции на деятельность субъекта рынка.</p> <p>Изучайте учебник под номером 1 и другие</p>	<p>-что такое маркетинг?</p> <p>- принцип «приоритета потребителя» Вы понимаете как...</p> <p>-назовите инструменты маркетинга;</p> <p>-развитие маркетинга носит эволюционный характер или? Почему?</p> <p>-цели маркетинга?</p> <p>- что такое кризис?</p> <p>-почему маркетинг сегодня особенно актуален?</p> <p>-раскройте роль маркетинга в кризисной</p>

		<p>ситуации;</p> <ul style="list-style-type: none"> -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?
<p>2. Функции маркетинга</p>	<p>Исследовательская функция маркетинга. Производственная функция маркетинга. Сбытовая функция маркетинга. Функция продвижения.</p> <p>Изучайте учебник под номером 1 и другие</p>	<ul style="list-style-type: none"> -в условиях конкуренции что необходимо исследовать? Как это можно сделать? -какие методы исследования можно использовать? -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 разрешается задавать наводящие вопросы, но баллы за ответ снижаются.
5. Ответ оценивается в том числе и по стилистике, темпу речи, выразительности, реакции. Приветствуется 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 успел дать 10 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.

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.