

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**

**ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.М. ДЖАМБУЛАТОВА**

УТВЕРЖДАЮ

**Председатель приемной комиссии
профессор**

З.М. Джамбулатов

« 04 » *сентября* 2018 г.



ПРОГРАММА

**вступительного испытания для
поступающих в вуз по программе
магистратуры по направлению
38.04.02 «Менеджмент»**

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Эволюция предмета экономической теории. Генезис экономической теории. Экономический выбор.

Экономические системы: сущность, основные проблемы, типы и модели. Экономический выбор. Кривая производственных возможностей

Экономические институты. Роль экономических институтов в рыночной экономике. Собственность: эволюция форм собственности, виды, причины и условия трансформации форм собственности. Формы и методы вмешательства государства в экономику.

Рыночный механизм. Рынок как экономическая категория. Эволюция взглядов на рынок. Структура и инфраструктура рынка. Рыночный механизм и его элементы: цена, спрос, предложение. Эластичность спроса и предложения.

Эволюция взглядов на равновесие в экономике. Равновесные модели в статике: долгосрочное и краткосрочное равновесие. Равновесная модель в динамике. Анализ стабильности рыночного равновесия. Паутинообразная модель рыночного равновесия. Государственное регулирование рынка товара и ценообразования. **Теория потребительского выбора.**

Теория потребительского поведения. Формирование индивидуального и рыночного спроса. Оценка благосостояния потребителя. Поведение потребителя в условиях неопределенности. Риск как экономическая категория. **Теория производства.**

Производственная функция. Технологическая и экономическая эффективность производства. Краткосрочный и долгосрочный период производственной деятельности. Анализ условий эффективного производства. Траектория развития. Динамика и минимизация производственных издержек. Определение экономически эффективного способа производства. **Экономическая конкуренция.**

Экономическая конкуренция: механизм действия и функциональная роль. Совершенная конкуренция. Рынок и предприятие в условиях совершенной конкуренции в коротком и длительном периодах. Эффективность совершенно конкурентного рынка.

Рынок монополии. Особенности ценообразования. Регулирование деятельности монополии. Монополистическая конкуренция. Роль неценовой конкуренции. Проблемы эффективности. Олигополия. Модели поведения участников рынка. Ценовая координация и неценовая конкуренция на рынке олигополий. **Рынок факторов производства.**

Экономическое равновесие на рынке ресурсов. Условия максимизации прибыли и минимизации издержек. Эффект дохода и эффект объема выпуска. Экономическая рента.

Рынок труда и его характеристика. Соотношение между свободным и рабочим временем. Эффективность труда. Ценообразование на рынке труда. Влияние профсоюзов на рынок труда. Инвестиции в человеческий капитал.

Рынок капитала и его характеристика. Фактор неопределенности и

оценка риска. Дисконтированная стоимость капитальных вложений. Рынок природных ресурсов (земли) и его характеристика. Земельная рента.

Провалы рынка. Провалы рынка и объективная необходимость государственного регулирования. Минимальные и максимальные границы государственного вмешательства. Государственное регулирование экономики в свете кейнсианства и неоконсервативных концепций. Трансакционные издержки и теорема Коуза. Производство общественных благ. Асимметрия информации на рынке. Основные макроэкономические показатели и их измерение.

Основные направления макроэкономической мысли: кейнсианское, неоклассическое, монетаристское и др. Методология макроэкономического анализа.

Общественное воспроизводство: сущность и модели. Показатели потока и запаса. Экзогенные и эндогенные переменные.

Основные макроэкономические показатели, принципы и способы их оценки. Индексы цен. **Совокупный спрос и совокупное предложение.**

Совокупный спрос и совокупное предложение, краткосрочное и долгосрочное макроэкономическое равновесие. Последствия экономических шоков.

Экономический рост: сущность, эффективность и качество. Модели экономического роста. **Экономическая нестабильность.**

Теории экономических циклов. Особенности экономических кризисов 90-х гг. XX века и начала XXI века в России. Инструменты и эффективность антикризисной политики государства.

Рынок труда в классической, неоклассической и монетарной теориях. Экономические издержки безработицы. Экономическая политика государства в области занятости. Система социальной защиты, социальные программы помощи. Особенности безработицы в условиях современной экономики России.

Инфляция. Теория ожиданий. Экономические издержки инфляции. Её влияние на уровень жизни населения, перераспределение национального дохода, объём национального продукта. Кривая Филлипса. Кейнсианская антиинфляционная политика. Монетарная программа. Специфика инфляционного процесса в экономике современной России.

Потребление и сбережения домашних хозяйств, инвестиции предприятий.

Модели потребительского спроса: кейнсианская модель, «загадка Кузнецца», модель межвременного замещения И. Фишера, модель жизненного цикла, модель перманентного дохода.

Инвестиции. Взаимосвязь инвестиций и национального дохода. Равновесный объём национального производства. Крест Кейнса. Парадокс бережливости. Изменение равновесного уровня национального производства.

Мультипликаторный эффект и его графическая интерпретация.

Рецессионный и инфляционный разрывы. Государственные и совокупные расходные. Мультипликатор инвестиций. Эффект вытеснения. Акселерация. Простейшая формула акселератора.

Фискальная политика государства.

Фискальная политика государства: сущность, виды, инструменты, эффективность. Дефицит и профицит государственного бюджета. Сбалансированный бюджет. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Государственный долг. Управление государственным долгом. **Денежный рынок.**

Теоретические модели спроса на деньги. Денежные агрегаты. Структура денежной массы и денежной базы. Денежная мультипликация. Денежно-кредитная политика: сущность, виды, инструменты, эффективность. **Рынок ценных бумаг и его регулирование.**

Сущность, структура и функции рынка ценных бумаг. Экономическая роль рынка ценных бумаг.

Инструменты рынка ценных бумаг. Курсы акций и облигаций. Вексель. Организация и регулирование рынка ценных бумаг. Первичный и вторичный рынки ценных бумаг. Фондовая биржа. Биржевой и внебиржевой рынки ценных бумаг.

Модель IS-LM и макроэкономическая политика государства. Единство товарного и денежного рынков. Исходные условия модели IS-LM. Краткосрочный и долгосрочный периоды. Основные параметры модели. Совместное равновесие на товарном и денежном рынках.

Кредитно-денежная и бюджетно-налоговая политика в модели IS-LM. Кейнсианский передаточный механизм. Эффективность кредитно-денежной политики. Воздействие бюджетно-налоговой политики на равновесный уровень национального дохода. Взаимодействие кредитно-денежной и бюджетно-налоговой политики в модели IS-LM. Кривая совокупного спроса и модель IS-LM. **Международная экономика и теория мировой торговли.**

Закономерности развития мирового хозяйства и его особенности в эпоху глобализации. Теории абсолютных (А.Смит) и относительных (Д. Рикардо) преимуществ в мировой торговле. Концепция Э. Хекшера и Б.Олина. Парадокс В. Леонтьева.

Спрос, предложение и равновесный уровень цен на мировом рынке. Выигрыш мирового хозяйства от внешней торговли. Внешнеторговый мультипликатор.

Основные элементы торговой политики государства. Протекционизм и фритредерство. Тарифные и нетарифные ограничения в мировой торговле.

Платежный баланс.

Структура платежного баланса. Взаимосвязь счетов баланса. Валютный курс. Теория паритета покупательной способности национальной валюты. Системы валютного курса. Курс валюты: номинальный и реальный. Фиксированный обменный курс. Свободно плавающий (гибкий) обменный курс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баликоев, В.З. Общая экономическая теория: Учебник для студентов, обучающихся по эконом. специальностям / В.З. Баликоев. - М.: Омега-Л, 2013. - 684 с.
2. Бункина М.К. Национальная экономика: Учебник для вузов.- М.: Изд-во «Палеотин», Изд.дом «Деловая литература», Изд-во «Логос», 2014.-448 с. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика.- 8-е изд - СПб.:«Питер», 2015. — 208 с.
3. Балашов, А.И. Экономическая теория: Учебник. / А.И. Балашов и др. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 527 с.
4. Джинджолия, А.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебное пособие / Л.С. Шаховская, А.Ф. Джинджолия, Е.Г. Попкова . - М.: КноРус, 2013. - 256 с.
5. 4. Зубенко, В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник и практикум / В.В. Зубенко, О.В. Игнатова, Н.Л. Орлова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 409 с.
6. 5. Ивасенко, А.Г. Мировая экономика: Учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. - М.: КноРус, 2013. - 640 с.
7. Макроэкономика: учебник для бакалавров /А.В.Аносова, И.А.Ким, С.Ф.Серегина и др.; под ред. С.Ф. Серegiной.-2-е изд., 2013 - 521 с.
8. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник. - М.: Изд-во «КноРус», 2013.

Российские журналы:

1. «Вопросы экономики»;
2. «Журнал экономической теории»;
3. «Научные труды Вольного экономического общества»;
4. «Российский экономический журнал»;
5. «ЭКО (экономика и организация промышленного производства)»;
6. «Экономическая наука современной России»;
7. «Экономические науки»;
8. «Вестник Московского университета»; 9. «Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова»;
10. «Экономический журнал ГУ-ВШЭ».

Зарубежные журналы:

1. «Economic Journal»;
2. «Journal of Economic Literature»; 3. «Review of Economics and Statistics»;
4. «The Economist».

Рекомендации по использованию Интернет – ресурсов и других электронных информационных источников:

1. Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант»;
2. Профессиональные поисковые системы «Science Direct», «EconLit»;
3. Официальные сайты Росстата (www.gks.ru), Банка России (www.cbr.ru), Росбизнесконсалтинга (www.rbc.ru).

«ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»

Концептуальные подходы к науке о менеджменте. Теория, предмет, методология, методы менеджмента.

Генезис теории менеджмента. Истоки научного менеджмента, классическая школа научного менеджмента, бихевиоризм и школа человеческих отношений.

Миссия, цели и условия менеджмента. Миссия организации, цели организации, самоуправление в менеджменте.

Организация менеджмента. Принципы менеджмента, характеристики менеджмента, стратегия и тактика менеджмента.

Трудовая группа как объект менеджмента.

Структура и динамика трудовой группы, командообразование и лидерство в трудовой группе, социально-психологический климат и коммуникативные барьеры в трудовой группе, групповое принятие решения.

Личность и менеджмент. Современный российский менеджер - социально-демографический портрет, типология российских руководителей, личность в организации. Функциональное содержание менеджмента.

Разделение и кооперация труда менеджера, соотношение и взаимодействие функций в менеджменте, специализация функций менеджмента, место и роль решения в менеджменте. **Методы и инструменты менеджмента.**

Способы исследования и воздействия в менеджменте, классификация методов менеджмента, инструментарий менеджмента организации, организационно-методическое обеспечение менеджмента. **Процесс и механизм менеджмента.**

Построение процесса достижения цели, организация менеджмент-процессов, механизм руководства подчиненными.

Организация деятельности в менеджменте. Системные методы и типовые формы организации деятельности, организационный дизайн и организационное развитие, процессно-ориентированные методы организации и регламентация деятельности, применение аутсорсинга.

Проектирование системы менеджмента. Проектирование системы менеджмента, выделение и интеграция функциональных систем управления, ключевые решения регулярного менеджмента: ставь цели - регламентируй - управляй - улучшай, инжиниринг систем управления.

Процессно-ориентированное управление эффективностью деятельности. Управление эффективностью деятельности, механизмы планирования, механизмы организации, механизмы стимулирования, механизмы контроля. Собственность и менеджмент.

Права собственности и функций менеджмента, менеджеры и собственники, эффективный собственник и производительный собственник.

Экономические интересы в менеджменте. Интересы менеджера и собственника: общее и противоречия, передача управления организацией

наемному менеджеру, ответственность менеджеров перед собственником. Менеджер и собственник в управлении.

Поведение менеджера и собственника, модель владельческой организации бизнеса, модели менеджеров в построении эффективной организации. **Организационное поведение.**

Поведение организации, поведение индивида, поведение группы.

Организационное проектирование. Модели организационного проектирования, технология организационного проектирования, проектирование рабочего места.

Организационное развитие. Необходимость организационного развития, изменения в организации, сопротивление изменениям в организациях.

Нововведения как объекты управления инновациями. Управление инновационными процессами. Оценка менеджмента. Подходы к оценке менеджмента, результаты менеджмента организации, эффективность менеджмента.

Модернизация и инновация менеджмента. Модернизация и инновация менеджмента, разработка инновационных концепций менеджмента, соотношение совершенствования и развития менеджмента. Перспективы и направления развития менеджмента.

Тенденции развития современного менеджмента, парадоксы развития современного менеджмента, прогнозирование развития менеджмента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Базовый учебник:

1. Основы менеджмента: Учебник/Егоршин А. П., 3-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.

Дополнительная литература:

1. Семенов, А. К. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: Учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. — 492 с. [ЭБС znanium.com]. 2. Менеджмент: век XXI: Сборник статей / Под ред. О.С. Виханского, А.И. Наумова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. [ЭБС znanium.com].

3. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. [ЭБС znanium.com].

«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Сущность и содержание стратегического менеджмента.

Общая характеристика стратегического управления. Этапы развития стратегического подхода. Школы стратегического менеджмента по Г. Минцбергу. Предпринимательская концепция, концепция планирования, адаптивная концепция, проективный стратегический менеджмент. Базовые

направления развития стратегического менеджмента. Эволюция понятия стратегии организации. Принципы разработки стратегии. Стратегический и операционный аспекты в управлении организацией. Пять задач стратегического менеджмента: формирование стратегического видения и миссии; целеполагание; разработка стратегии; реализация стратегии; оценка реализации и внесение корректировок. Содержание задач стратегического менеджмента в современных условиях. Недостатки и ограничения стратегического менеджмента. **Целевое начало в системе стратегического менеджмента.**

Стратегическое видение (vision) организации. Процесс формирования видения. Особенности управления по VISION. Понятие и значение миссии организации. Направления формирования миссии. Методические рекомендации по формулированию миссии организации. Факторы, влияющие на содержание миссии организации. Цели организации, приоритеты целей, временные интервалы целей и их измерение. Основные направления формулирования целей: маркетинговый подход, подход на основе анализа и развития производительности организации, финансовый подход (рентабельность, доходность, инвестиционная привлекательность), инновационный подход, подход на основе социальных целей.

«Дерево целей» организации как инструмент взаимосогласования и обеспечения непротиворечивости целей. Критерии оценки достижения стратегических целей организации. **Анализ стратегических факторов внешней среды.**

Основные составляющие и типы внешней среды. Цели ее анализа. Методы реагирования на изменения внешней среды. Основные типы внешнего окружения. Анализ макроокружения. Экономическая компонента. Правовая компонента. Политическая компонента. Социальная компонента. Технологическая компонента. Подходы к изучению компонент. PEST-plus анализ и порядок его проведения. Система отслеживания внешней среды. **Анализ непосредственного окружения.**

Анализ отрасли. Основные показатели анализа отрасли. Модель «Пяти сил» М. Портера. Ключевые факторы успеха и их использование в системе стратегического менеджмента. Ключевые компетенции компании (Hamel G., Prahalad С.К.) и изменения в отрасли. Модель выбора стратегии компании на основе корневых компетенций с учетом КФУ. Стратегические группы конкурентов. Построение позиционной карты конкурентов. Анализ потребителей. Удовлетворенность потребителей и их лояльность. Метод CSI. Выявление неудовлетворенных нужд и потребностей потребителей. Анализ стратегического потенциала организации. Управленческий анализ. Цели и методы управленческого анализа. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения. Анализ положения компании. Стратегические и финансовые индикаторы работы компании. Определение внутренних сильных и слабых сторон организации. Выявление внешних благоприятных возможностей и угроз. SWOT-анализ и методика его использования в практике управления. Стратегический анализ затрат и цепи

направления развития стратегического менеджмента. Эволюция понятия стратегии организации. Принципы разработки стратегии. Стратегический и операционный аспекты в управлении организацией. Пять задач стратегического менеджмента: формирование стратегического видения и миссии; целеполагание; разработка стратегии; реализация стратегии; оценка реализации и внесение корректировок. Содержание задач стратегического менеджмента в современных условиях. Недостатки и ограничения стратегического менеджмента. **Целевое начало в системе стратегического менеджмента.**

Стратегическое видение (vision) организации. Процесс формирования видения. Особенности управления по VISION. Понятие и значение миссии организации. Направления формирования миссии. Методические рекомендации по формулированию миссии организации. Факторы, влияющие на содержание миссии организации. Цели организации, приоритеты целей, временные интервалы целей и их измерение. Основные направления формулирования целей: маркетинговый подход, подход на основе анализа и развития производительности организации, финансовый подход (рентабельность, доходность, инвестиционная привлекательность), инновационный подход, подход на основе социальных целей.

«Дерево целей» организации как инструмент взаимосогласования и обеспечения непротиворечивости целей. Критерии оценки достижения стратегических целей организации. **Анализ стратегических факторов внешней среды.**

Основные составляющие и типы внешней среды. Цели ее анализа. Методы реагирования на изменения внешней среды. Основные типы внешнего окружения. Анализ макроокружения. Экономическая компонента. Правовая компонента. Политическая компонента. Социальная компонента. Технологическая компонента. Подходы к изучению компонент. PEST-plus анализ и порядок его проведения. Система отслеживания внешней среды. **Анализ непосредственного окружения.**

Анализ отрасли. Основные показатели анализа отрасли. Модель «Пяти сил» М. Портера. Ключевые факторы успеха и их использование в системе стратегического менеджмента. Ключевые компетенции компании (Hamel G., Prahalad С.К.) и изменения в отрасли. Модель выбора стратегии компании на основе корневых компетенций с учетом КФУ. Стратегические группы конкурентов. Построение позиционной карты конкурентов. Анализ потребителей. Удовлетворенность потребителей и их лояльность. Метод CSI. Выявление неудовлетворенных нужд и потребностей потребителей. Анализ стратегического потенциала организации. Управленческий анализ. Цели и методы управленческого анализа. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения. Анализ положения компании. Стратегические и финансовые индикаторы работы компании. Определение внутренних сильных и слабых сторон организации. Выявление внешних благоприятных возможностей и угроз. SWOT-анализ и методика его использования в практике управления. Стратегический анализ затрат и цепи

издержек. Сравнение затрат по основным видам деятельности. Стратегические возможности достижения конкурентоспособности в издержках. Анализ цепи издержек, компетентность и конкурентоспособность. Определение конкурентных позиций компании. Количественные оценки конкурентоспособности компании. Стратегические проблемы компании и разработка полного плана стратегических действий на основе результатов анализа ситуации в компании, в отрасли и состояния конкуренции. Портфельный анализ в системе стратегического менеджмента. Портфель предприятия и проблематика эффективного управления портфелем предприятия. Цели и основные этапы портфельного анализа. Матрица роста-доля рынка (BCG). Рекомендации матрицы BCG. Матрица привлекательности отрасли

– сильные стороны предприятия (McKinsey-GeneralElectric). Оценка привлекательности отрасли. Оценка «силы» бизнеса. Правила принятия решений о выборе позиции. Матрица жизненного цикла (ADL/LC). Балансирование СБЕ с различными жизненными циклами в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Выбор типа матрицы. **Разработка стратегии организации.**

Иерархия формирования стратегии. Корпоративная стратегия. Стратегия бизнеса. Функциональная стратегия. Операционная стратегия. Подходы к формированию стратегии. Факторы, определяющие стратегию компании. Различные подходы к росту фирмы. Стратегии концентрированного роста и их особенности. Стратегии интегрированного роста, их типология. Стратегии диверсифицированного роста. Понятие диверсификации. Мотивы диверсификации. Основные преимущества диверсификации.

Стратегическое значение диверсификации. Механизм диверсификации.

Стратегии родственной диверсификации. Отношения стратегического соответствия. Использование выгод стратегического соответствия Стратегии неродственной диверсификации. Достоинства и недостатки неродственной диверсификации. Стратегии сокращения. Типы целенаправленного сокращения. Реальная практика реализации стратегии роста организации. Комбинированная стратегия. Конкурентное преимущество. Основные пути определения конкурентных преимуществ. Формы конкурентных преимуществ. Источники конкурентных преимуществ. Пять основных конкурентных стратегий. Стратегия лидерства на основе низких издержек. Стратегия дифференциации, или индивидуализации. Направления дифференциации. Стратегия наилучшей стоимости. Стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе низких издержек. Стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе дифференциации.

Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности. Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества. Стратегия временных конкурентных преимуществ и ее использование в современной практике.

Процесс реализации стратегии и контроль.

Организационное обеспечение реализации стратегии. Роль руководства в реализации стратегии. Значение организационной структуры для успешной реализации стратегии. Человеческий фактора в выполнении стратегии. Основные проблемы в процессе реализации стратегии. Барьеры в реализации стратегии. Критерии успешности реализации стратегии. Правила реализации стратегии. Управление сопротивлением изменениям в процессе реализации стратегии. Типы реакции на изменения и подход к управлению ими. Планирование проведения изменений. Методы управления сопротивлением. Контроль за реализацией стратегии. Требования к системе стратегического контроля. Характеристики эффективного контроля. Методология СРМ (CorporatePerformanceManagement) и основные этапы ее использования. Система сбалансированных показателей (ССП) как инструмент процесса контроля реализации стратегии. Компоненты ССП. Стратегическая карта и технология ее разработки. Ключевые показатели эффективности и их использование в системе стратегического менеджмента. Проектирование ССП.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Базовый учебник:

1. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2014 [ЭБС znanium.com].

Дополнительная литература:

1. Курлыкова А.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013 [ЭБС znanium.com].
2. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. - М.: ИНФРА-М, 2013 [ЭБС znanium.com].
3. Молчанова, О.П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: Учебник для бакалавриата и магистратуры / О.П. Молчанова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 261 с.

«ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Корпоративные финансы.

Экономическое содержание основных понятий корпоративных финансов (функции финансов организации, принципы корпоративных финансов, цели и задачи управления финансами компании). Финансовая отчетность компании, бухгалтерский баланс, принципы его составления, активы и пассивы, методы оценки финансового состояния, сущность и способы расчета основных финансовых показателей. Инструменты финансирования деятельности компании, преимущества и недостатки долевого и долгового финансирования, методы оценки основных финансовых инструментов. Содержание основных направлений деятельности

компания – операционной, инвестиционной, финансовой, формирование денежных потоков по видам деятельности, основные подходы к оценке денежных потоков. Принципы и методы финансового планирования и бюджетирования. Организация деятельности финансовой службы; содержание законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих и регламентирующих корпоративную финансовую деятельность.

Финансовый менеджмент.

Сущность и содержание основных понятий финансового менеджмента (денежный поток, стоимость капитала, финансовый рычаг, операционный рычаг, риск и доходность финансовых вложений, чистый оборотный капитал), базовые принципы и концепции финансового менеджмента (временная стоимость денег, альтернативная доходность, эффективность рынка). Основные методы оценки и анализа имеющейся информации, показатели финансового менеджмента, способы их расчета и анализа, доходность и стоимость финансовых инструментов. Принципы и приемы управления структурой капитала, критерии оптимизации структуры капитала, средневзвешенная стоимость капитала WACC, методы её оценки, эффект финансового рычага, показатели DFL, финансовый риск. Критерии оценки эффективности инвестиционной деятельности компании, показатели эффективности инвестиционного проекта, методы их расчета, преимущества и недостатки. Принципы и методы операционного анализа, точка безубыточности, запас финансовой прочности, валовая маржа, эффект операционного рычага, показатели DOL, операционный риск. Основные принципы и приемы управления оборотными активами компании, модель EOQ управления запасами компании, сущность управления дебиторской задолженностью и денежными средствами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: в 2 т. – Киев : Омега-Л Эльга, 2013.
2. Бригхэм Юдж., Хьюстон Дж.А. Финансовый менеджмент. - СПб.: Питер, 2013
3. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика. - М.: Проспект, 2014
4. Финансовый менеджмент. Теория и практика: Учебник / Под ред. Е.С.Стойановой. - М.: Перспектива, 2014.
5. Финансовый менеджмент. Учебник. Лисицына Е.В., Ващенко Т.В., Забродина М.В. М. ИНФРА-М, 2015.

«МАРКЕТИНГ»

Основы маркетинга.

Концепции маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Выбор целевого рынка:

критерии и алгоритм. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Понятие и критерии сегментации. Понятие позиционирования.

Оценка конкурентной среды, конкурентных преимуществ, конкурентного позиционирования. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Классификация товаров. Понятие потребительской ценности товара. Товарная политика, ее содержание в системе маркетинга. Потребительские товары и товары производственного назначения. Формирование ассортимента товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Маркетинговые решения на различных этапах ЖЦТ. Товарный знак и его сущность. Упаковка и маркировка товара. Понятие «новый товар»: критерии новизны. Торговые посредники. Маркетинговые решения в розничной и оптовой торговле. Маркетинговая логистика. Формы организации маркетинговых каналов. Планирование сбыта. Критерии выбора каналов товародвижения в зависимости от особенностей товара рынков сбыта и протяженности каналов. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга. Понятие прямого маркетинга. Конкуренция в оптовой и розничной торговле. Понятие цены. Роль и функции цены на рынке. Виды и структура цен. Понятие и этапы маркетингового ценообразования. Факторы маркетингового ценообразования. Основные решения по цене. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные этапы процесса коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламные стратегии. Маркетинг услуг. Промышленный маркетинг. **Управление маркетингом.**

Маркетинг как управленческая концепция. Значение организационной структуры маркетинговой деятельности на предприятии. Организация маркетинга в компаниях, организациях. Стратегическое и оперативное управление маркетингом. Уровни планирования и принятия управленческих решений. Маркетинговые решения по развитию стратегических направлений (структуры) бизнеса. Портфельные стратегии. Маркетинговые решения по обеспечению роста компании. Основные направления корпоративного роста. Стратегии роста И. Ансоффа. Маркетинговые решения по обоснованию конкурентных преимуществ компании на рынке. Базовые конкурентные стратегии М. Портера. Маркетинговые решения по целевым рынкам. Определение и отбор целевых рынков. Методы оценки рынка и спроса. Измерение потенциала рынка. Методы оценки доли рынка. Методы прогнозирования спроса. Управление товаром в комплексе маркетинга. Мультиатрибутивная модель товара. Обеспечение конкурентоспособности товара. Процесс разработки нового товара. Методы дифференцированного ценообразования. Установление цен на товары в рамках ассортимента. Управление каналами распределения. Маркетинговые решения розничного предприятия. Маркетинговые решения оптового предприятия. Выбор торгового посредника. Методы оценки охвата рынка. Определение целей коммуникаций. Формирование коммуникационной стратегии. Решения по выбору каналов коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации.

Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламной деятельности.

Виды рекламы по различным классификационным признакам. Участники процесса рекламной деятельности. Исследование и разработка рекламы. Стратегия рекламного обращения. Планирование рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламы. Области применения прямого маркетинга как коммуникационного инструмента. Стратегии и тактики, применяемые в прямом маркетинге. Методы определения эффективности прямого маркетинга. Роль стимулирования продаж в программе маркетинговых коммуникаций компании. Постановка целей для стимулирования сбыта. Проблемы, ограничения и перспективы применения стимулирования сбыта. Разработка программ стимулирования сбыта. Методы определения эффективности стимулирования сбыта. Роль PR и паблисити как элементов комплекса продвижения. Различия между PR и паблисити, их преимущества и недостатки. Методы измерения эффективности PR и паблисити. **Маркетинговые исследования.**

Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Взаимодействие заказчика и агентства при проведении исследования. Маркетинговая информационная система. Процесс маркетингового исследования. Этапы организации и проведения маркетингового исследования. Поисковые, описательные и причинные (каузальные) исследования. Методы качественных исследований. Методы количественных исследований. Виды переменных в маркетинговых исследованиях и их измерение. Виды шкал, используемых в маркетинговых исследованиях и особенности их применения. Проектирование опросных листов (анкет) и техника сбора информации. Понятие выборочного обследования. Репрезентативность. Способы формирования выборки. Доверительный интервал и ошибки выборочного метода. Обработка и анализ результатов выборочного исследования. Сущность, цели и объекты экспериментальных исследований в маркетинге. Организация, назначение панельных исследований. Репликативные (волновые) исследования. Использование временных рядов и регрессионных моделей в анализе продаж и прогнозировании спроса. **Международный маркетинг.**

Понятие, сущность и принципы международного маркетинга. Формы международного маркетинга. Научно-техническая среда международного маркетинга. Политико-правовая среда и ее специфика в международном маркетинге. Особенности культурной среды зарубежных рынков. Экономическая среда в международном маркетинге. Совместное предпринимательство как форма международного маркетинга. Основные критерии ранжирования зарубежных рынков при выборе целевых рынков. Исследование входных и выходных барьеров внешних рынков. Конкурентоспособность экспортной продукции. Стратегии адаптации и стандартизации товара на международных рынках. Понятие «страны-производителя товара». Критерии оценки конкурентоспособности международной фирмы. Планирование экспортной ассортиментной политики. Стандартные ценовые стратегии на внешних рынках. Распределительная политика в международном маркетинге. Критерии

выбора торговых посредников и способы расчета с ними. Особенности международных маркетинговых коммуникаций: стандартизация и адаптация маркетинговых коммуникаций. **Поведение потребителей.**

Потребление как социально-экономическая категория. Поведение потребителей в системе маркетинга. Потребитель и процесс выбора: мотивация, формы поведения, значение. Маркетинговая перспектива влияния на поведение потребителя. Социальный статус личности и его роль в формировании поведения потребителей. Механизм принятия потребителем решения о покупке. Восприятие как основа механизма принятия решения о покупке. Структура восприятия. Референтная группа и ее роль в формировании потребительских предпочтений. Моделирование поведения потребителя на рынке и факторы ситуационного влияния на процесс решения о покупке. Модель «Стимул-реакция». Модель Ховарда-Шеффа. Этика маркетинга и защита прав потребителей (косьюмеризм). Организации как потребители. Покупочное поведение организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика. Гриф УМЦ "Профессиональный учебник". / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ, 2013. – 383 с.

2. Садченко, К.В. Основы современного международного маркетинга / К.В. Садченко. - М.: ДиС, 2013. - 272 с.

3. Артемьева, О.А. Финансовый маркетинг: Теория и практика: Учебник для магистров / О.А. Артемьева; Под общ. ред. С.В. Карпова. - М.: Юрайт, 2013. - 424 с.

4. Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. - СПб.: Питер, 2013. - 288 с.

5. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И., Цветкова А.Б., Хапенков В.Н., Федюнин Д.В. Интегрированные коммуникации. М.: изд-во Академия, 2014г.

Периодические издания. Журналы:

1. «Вестник РЭУ им.Г.В.Плеханова»» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 12 раз в год, входит в список ВАК)

2. «Человеческий капитал и профессиональное образование» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 4 раза в год).

3. «Маркетинг в России и за рубежом» (периодичность 6 раз в год, издательство ДиС)

4. «Маркетинг и маркетинговые исследования» (периодичность 6 раз в год, входит в список ВАК, издательский дом «Гребенников»)

5. «Маркетинг и финансы» (периодичность 4 раза в год, издательский дом «Гребенников»)

6. «Практический маркетинг» (периодичность 6 раз в год, издательство VCI-Marketing)

7. «Маркетинг-pro» (периодичность 4 раза в год,
<http://www.marketingpro.ru>)

8. «Секрет фирмы» (деловой еженедельник)

9. «Эксперт» (деловой журнал)

10. «Компания» (деловой журнал)

11. «Деньги» (деловой журнал)

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.cfin.ru> - вопросы менеджмента и маркетинга

2. <http://www.consultmarketing.ru> - сайт М. Иванова и М. Фербера

3. <http://www.e-xecutive.ru> информационный портал, посвященный вопросам менеджмента

4. <http://www.expert.ru> - сайт журнала "Эксперт"

5. <http://www.gazeta.ru> - сайт издания "Газета"

6. <http://www.raexpert.ru> - сайт рейтингового агентства "Эксперт РА"

7. <http://www.rbsys.ru> - сайт компании "Российские бизнес системы"

8. <http://www.dis.ru> - сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

9. <http://www.marketingandresearch.ru> сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»

10. <http://www.gortis.info> сайт журнала «Практика рыночных исследований»

11. <http://www.bci-marketing.aha.ru> - сайт журнала «Практический маркетинг»

12. <http://juno.emeraldinsight.com/vl=2929816/cl=56/nw=1/rpsv/ejm.htm> European Journal Of Marketing

13. <http://www.elsevier.nl/locate/indmarman> Industrial Marketing Management

14. http://www.marketingpower.com/live/content.php?Item_ID=17640&Category_ID=5304 Webресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации

15. <http://www.ams-web.org/> - Web-ресурсы Академии маркетинговой науки (AMS- Academy)

16. <http://www.emac-online.org/r/default.asp?iId=FLFDIE> of marketing science) – Web-ресурсы Европейской маркетинговой академии (EMAC – European marketing academy)

17. <http://www.ram.ru> Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга

«СТАТИСТИКА»

Предмет, метод и задачи теории статистики. Источники, обработка и представление статистической информации.

Статистическое наблюдение за социально-экономическими явлениями и процессами:

понятие, задачи, организационные формы, виды и способы проведения.

Статистическая сводка и группировка данных. Ряды распределения: их основные элементы, виды и графическое изображение. Вторичная

группировка, ее задачи и способы проведения.

Абсолютные и относительные величины. Абсолютные величины: понятие и виды, формы их выражения.

Относительные величины: понятия, формы выражения, виды и способы расчета. Относительные величины динамики, плана и реализации плана. Относительные величины структуры и координации. Относительные величины сравнения. Относительные величины интенсивности. **Средние величины и показатели вариации.**

Средняя величина как обобщающий статистический показатель. Виды средних величин:

степенные и структурные; простые и взвешенные.

Степенные средние величины: понятия, виды и способы расчета.

Структурные средние величины – мода; медиана; дециль: понятия, виды и способы расчета для несгруппированных данных, для вариационных рядов распределения.

Абсолютные и относительные показатели вариации: понятия и способы расчета.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений и процессов.

Понятие, назначение, основные элементы и виды рядов динамики. Аналитические показатели динамики: базисные, цепные и средние аналитические показатели динамики.

Понятие об основной тенденции развития, ее виды и методы выявления.

Правила расчета средней в рядах динамики.

Выборочное наблюдение. Понятие, задачи, виды и способы проведения выборочного наблюдения.

Средняя и предельная ошибки выборки: понятия и методы их расчета. Определение необходимой численности единиц выборочной совокупности.

Индексный метод анализа статистических данных. Индивидуальные и общие (сводные) экономические индексы.

Агрегатные индексы объемных и качественных показателей, правила их построения и взаимосвязь.

Индексы Пааше, Ласпейреса, Фишера. Индекс Эджворта-Маршалла. Средние индексы.

Система базисных и цепных экономических индексов, их взаимосвязь.

Индексы с постоянными и переменными весами.

Индексы средних величин, их экономический смысл. Территориальные индексы. **Основы социально-экономической статистики.**

Теоретическая и методологическая основы СЭС, особенности и связь с другими общественными науками.

Современные задачи и система показателей СЭС.

Система национальных счетов (СНС). Основные концепции и понятия СНС. Сектор экономики. Институциональная единица. Классификация секторов экономики.

Статистика населения. Основные задачи статистики населения.

Показатели численности населения. Методы расчета средней численности населения. Показатели динамики численности населения и размещения населения по территории страны. Изучение состава населения.

Абсолютные и относительные показатели естественного движения и миграции населения. **Статистика труда.**

Понятия и методы расчета численности трудовых ресурсов.

Абсолютные показатели численности и состава экономически активного населения, занятого населения, безработных. Расчет относительных показателей уровня: экономической активности населения, занятости населения и безработицы.

Показатели численности и движения рабочей силы. Списочная численность. Расчет средней списочной численности. Показатели использования рабочего времени. Фонды рабочего времени.

Понятие о производительности труда. Методы расчета и изучения динамики производительности труда, изменения объема продукции счет изменения производительности труда. **Статистика национального богатства.**

Понятие о национальном богатстве общества. Система показателей статистики национального богатства.

Классификация основных фондов. Виды оценки основных фондов. Амортизация основных фондов. Балансы основных фондов, их виды, назначение, показатели состояния и движения основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность. Показатели статистики материальных оборотных средств.

Коэффициенты оборачиваемости, закрепления, средней продолжительности оборота. **Система национальных счетов. Макроэкономические показатели в СНС.**

Виды оценки показателей в СНС. Классификация счетов в СНС и принципы их построения. Консолидированные счета экономики. Взаимосвязь основных макроэкономических показателей

Основные макроэкономические показатели в СНС: валовой внутренний продукт (ВВП), валовой национальный доход (ВНД), валовая прибыль экономики (ВПЭ), валовой национальный располагаемый доход (ВНРД), валовое национальное сбережение (ВНС).

Макроэкономические показатели, рассчитанные на «чистой основе». ВВП – понятие и способы расчета.

Показатели валового национального дохода (ВНД) и чистого национального дохода (ЧНД), их экономический смысл и методы расчета.

Основные показатели уровня инфляции: дефлятор ВВП и индекс потребительских цен, их взаимосвязь и методы расчета.

Статистическое изучение динамики национального продукта. Индексы физического объема ВВП.

Статистика затрат на производство товаров и услуг, финансовых результатов и эффективности экономической деятельности.

Абсолютные показатели объема затрат на производство товаров и услуг и относительные показатели уровня затрат, методы их расчета и анализа.

Изучение динамики себестоимости продукции, работ, услуг с помощью индексного метода.

Абсолютный размер и относительный уровень издержек обращения.

Показатели прибыли и рентабельности, методы их расчета и факторного анализа.

Обобщающие показатели эффективности текущих затрат и ресурсов, их экономический смысл и особенности расчета. **Статистика уровня жизни населения.**

Понятие об уровне жизни населения, задачи его изучения и система статистических показателей уровня жизни населения.

Показатели статистики доходов и расходов населения.

Статистические показатели потребления населением материальных благ и услуг, его объема, структуры и динамики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Статистика: Учебник./ Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Проспект, 2013. – 448с.
2. Экономическая статистика: Учебник.- 4-е изд., перераб. и доп./ Под ред. проф. Ю.Н.Иванова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 668 с. – (Высшее образование: Бакалавриат)
3. Социально-экономическая статистика: Учебник/Под ред. М.Р.Ефимовой М.,Издательство Юрайт, 2013. - 591 с.
4. Статистика для бакалавров с основами бизнес-статистики: учебник/отв. Ред. Е.В. Зарова. – Москва: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2014. -440с.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

В определенное расписанием время абитуриенты должны занять места в назначенной аудитории, для чего с собой необходимо иметь: паспорт, экзаменационный лист, ручку. После размещения всех, допущенных к вступительным испытаниям, представитель экзаменационной комиссии объясняет правила оформления ответа и раздает листы с экзаменационными заданиями. С этого момента начинается отсчет времени. Продолжительность вступительных испытаний — два академических часа (90 минут).

ТРЕБОВАНИЯ К ЭКЗАМЕНУ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Абитуриент, сдающий вступительный экзамен в вуз по программе магистратуры «менеджмент» должен показать знания, навыки и умения, соответствующие программе средней общеобразовательной школы.

Результаты выполнения экзаменационной работы оцениваются по 100-балльной системе. Максимальное количество баллов, выставляемых за экзаменационную работу, – 100. Количество баллов, необходимое для получения положительной оценки, — 36.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО ПРОГРАММЕ МАГИСТРАТУРЫ «МЕНЕДЖМЕНТ»

Результатом проверки уровня знаний по программе магистратуры «менеджмент» является отметка. При оценке знаний абитуриента необходимо учитывать правильность, осознанность, логичность и доказательность в изложении материала, точность использования экономической терминологии, самостоятельность ответа. Оценка знаний предполагает учёт индивидуальных особенностей абитуриента.

81-100 баллов, (оценка отлично) ставится, если абитуриент:

1. Показывает глубокое и полное знание и понимание всего объёма поставленных вопросов, а также полное понимание сущности рассматриваемых понятий, экономических законов и закономерностей, теорий, взаимосвязей по дисциплине;

2. Умеет изложить полный, развернутый и правильный ответ на вопросы; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами, а также самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщения, выводы. Последовательно, чётко, связно, обоснованно и безошибочно отвечать по существу, давать ответ в логической последовательности с использованием принятой экономической (управленческой) терминологии; делать собственные выводы; формулировать точное определение и истолкование основных управленческих понятий, экономических законов, теорий; излагать материал литературным языком, правильно и обстоятельно отвечать на дополнительные вопросы экзаменаторов. Самостоятельно использовать наглядные пособия, справочные материалы, правильно применять систему условных обозначений при ведении записей, сопровождающих ответ.

3. Уверенно и безошибочно, с элементами научного творчества отвечает на поставленные вопросы; имеет необходимые навыки управленческой деятельности сопутствующими ответу; записи, сопровождающие устный ответ, соответствуют требованиям.

4. Хорошее знание экономической теории, особенности экономического механизма функционирования АПК России и Дагестана и использование их при ответе.

61-80 баллов (оценка хорошо) ставится тогда, когда абитуриент:

1. Показывает знания всего материала по билету. Даёт полный и правильный ответ на поставленные вопросы, допускает незначительные ошибки и недочёты при изложении ответа; определения условных обозначений и экономических понятий неполные, а также небольшие неточности при использовании научных управленческих терминов; материал излагает в определенной логической последовательности, при этом допускает негрубую ошибку при ответе; подтверждает ответ конкретными примерами и правильно отвечает на дополнительные вопросы экзаменаторов.

2. Умеет самостоятельно выделять главные моменты в излагаемом материале; на основании фактов и примеров обобщать, делать правильные выводы; соблюдает основные правила культуры устной речи и сопровождающей письменной, использовать научные экономические термины.

3. Ответ самостоятельный, в основном правильно даны определения экономических понятий в менеджменте и использованы научные термины. Небольшие погрешности в знании управленческой номенклатуры.

4. Наличие не значительных неточностей в изложении материала по билету. Кроме того, определения понятий неполные, допущены несущественные нарушения последовательности ответа, небольшие неточности при использовании научных терминов. При помощи наводящих вопросов экзаменаторов восполняются сделанные пропуски.

5. Понимание основных взаимосвязей в менеджменте, знание основ производственного менеджмента.

36-60 баллов (оценка удовлетворительно) ставится, если абитуриент:

1. При ответе демонстрирует только знания общего содержания вопросов, но не усвоил деталей, допускает неточности.

2. Ответы на вопросы излагает несистематизированно, фрагментарно, не всегда последовательно, показывает недостаточную сформированность отдельных знаний и умений; выводы и обобщения аргументирует слабо, допускает в них ошибки.

3. Допустил ошибки и неточности в использовании научной экономической терминологии в менеджменте, определения понятий дал недостаточно четкие.

4. Испытывает затруднения при объяснении экономического механизма производственного менеджмента на основе теорий и законов.

5. Слабое знание экономического менеджмента, отсутствие практических навыков работы в области управления производством, скудные представления о производственном менеджменте, преобладают формалистические знания.

6. Знание экономических законов управления недостаточное, только при помощи наводящих вопросов абитуриент улавливает связи менеджмента.

Менее 36 баллов (оценка неудовлетворительно) ставится, если абитуриент:

1. Не раскрыл основное содержание поставленных вопросов.
2. Не делает выводов и обобщений по излагаемому материалу.
3. Не знает значительную или основную часть материала в пределах поставленных вопросов.
4. Имеет слабо сформированные и неполные знания конкретных вопросов.
5. При ответе допускает грубые ошибки, которые не может исправить даже при помощи наводящих вопросов (подсказок) экзаменаторов, а также имеются грубые ошибки в ответах.