


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		




УТВЕРЖДАЮ
Председатель Приемной комиссии УлГУ
Б.М. Костишко
« 28 » апреля 2021г.

ПРОГРАММА
вступительных испытаний
для поступающих на обучение по программе магистратуры
по направлению 38.04.02 «Менеджмент»

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Иванова Татьяна Юрьевна	КУ	д.э.н., профессор
Белокопытова Надежда Геннадьевна	КУ	к.э.н.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра менеджмента, определяемых действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент», и включает основные разделы менеджмента, знание которых необходимо для последующего освоения дисциплин магистерской программы. Экзамен проводится в письменной форме. Абитуриент путем случайного выбора получает билет, содержащий два вопроса из числа представленных в данной программе.

II. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНЫМ ИСПЫТАНИЯМ ПО ПРОГРАММЕ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММЕ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Теория спроса и предложения.

Спрос и его факторы. Предложение и его факторы. Рыночное равновесие и его изменение. Излишек потребителя и производителя. Теория эластичности. Эластичность спроса по цене и доходу. Полноценные и неполноценные товары.

2. Теория производства фирмы.

Производственная функция. Изокванты. Карта изоквант. Краткосрочный и долгосрочные периоды в анализе производства. Производство с одним переменным ресурсом. Средний и предельный продукты и их взаимосвязь. Закон убывающей производительности. Производство с двумя переменными ресурсами. Предельная норма технологического замещения.

3. Издержки производства.

Измерение издержек. Экономические и бухгалтерские издержки. Основные виды издержек. Издержки в краткосрочном периоде. Графическая интерпретация кривых издержек производства. Издержки производства в долгосрочном периоде. Эффект масштаба и его объяснение.

4. Совокупный спрос и совокупное предложение.


Понятие совокупного спроса и его компоненты. Кривая AD. Неценовые факторы AD. Понятие совокупного предложения. Неценовые факторы AS. Модель AD-AS. Эффект храповика.

5. Структура организации и ее элементы.

Определение структуры. Цели проектирования организации. Элементы организационной схемы: специализация рабочих заданий, департаментализация, командная цепочка, норма управляемости, централизация и децентрализация, формализация.

6. Виды организационных структур и факторы, определяющие их выбор.

Механистические и органические организационные структуры. Функциональные, дивизиональные, проектные, матричные, виртуальные, сетевые. Факторы, влияющие на выбор структуры: стратегия организации, размер организации, технология организации, степень неопределенности внешней среды.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

7. Роль коммуникаций в управлении.

Определение коммуникаций. Функции коммуникации: контрольная, мотивационная, функция эмоционального выражения, информационная. Виды коммуникации: межличностные и организационные. Схема процесса межличностного общения. Типы коммуникативных сетей.

8. Мотивация в управлении: содержание и роль.

Определение мотивации. Элементы мотивационного процесса: потребность, мотив, стимул. Ранние теории мотивации: иерархия потребностей А. Маслоу; «теория Х и теория У» Мак Грегора, «теория существования, связанности и роста» К. Альдерфера; «теория приобретения потребностей» Д. Мак Клелланда; двухфакторная теория Ф. Герцберга.

9. Современные проблемы мотивационного процесса.

Теория ожиданий; Теория справедливости. Виды справедливости. Теория постановки целей. Теория подкрепления. Современные проблемы мотивации служащих: мотивация с учетом культурных различий; мотивация профессионалов; мотивация временных служащих.

10. Процесс разработки управленческого решения (ПРУР).

Понятие и особенности управленческого решения. Характеристика этапов ПРУР. Роль руководителя и исполнителей на каждом из этапов ПРУР. Особенности и сложности прохождения каждого из этапов ПРУР.

11. Стратегический менеджмент: содержание и основные элементы.

Сущность и основные характеристики стратегического менеджмента. Этапы процесса стратегического менеджмента. Основные подходы к сущности понятия «стратегия». Научные школы стратегического менеджмента.

12. Анализ внешней среды организации.

Сущность и структура внешней среды организации. Факторы макросреды (демографические, политические, экономические, природно-климатические, культурные, научно-технические). Элементы микросреды фирмы (клиентура, конкуренты, маркетинговые посредники, поставщики, контактные аудитории). Методы анализа внешней среды организации (маркетинговые исследования и др.).

13. Портфельный анализ.


Сущность стратегической бизнес-единицы. Содержание «портфеля стратегических бизнес-единиц» организации. Матричные методы портфельного анализа (матрица БКГ, матрица МакКинзи, Матрица АДЛ).

14. SWOT-анализ.

Сущность и значение SWOT-анализа. Этапы процедуры SWOT-анализа (выявление сильных и слабых сторон организации, определение возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон организации; построение матрицы SWOT, составление матрицы возможностей и матрицы угроз).

15. Стратегии интенсивного роста организации.

Сущность интенсивного роста организации. Матрица «развития товара/рынка», предложенная И. Ансоффом. Стратегия более глубокого проникновения на рынок, стратегия развития товара, стратегия расширения границ рынка.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

16. Стратегии интеграционного роста организации.

Сущность интеграционного роста фирмы. Роль синергизма при интеграции. Стратегия горизонтальной интеграции. Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. Стратегия обратно идущей вертикальной интеграции.

17. Стратегии диверсифицированного роста организации.

Сущность диверсифицированного роста организации. Стратегия концентрической диверсификации. Стратегия горизонтальной диверсификации. Стратегия конгломератной диверсификации.

18. Конкурентные стратегии организаций.

Типология конкурентных стратегий организации, предложенная М.Портером: стратегия лидерства по издержкам, стратегия дифференциации, стратегии концентрации. Конкурентные (поведенческие) стратегии согласно подходу Ф.Котлера: атакующая и оборонительная стратегии.

19. Социально-экономическая сущность маркетинга.

Сущность маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, обмен, сделка, товар, рынок. Эволюция концепций маркетинга (концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция «4Р», концепция социально-этичного маркетинга).

20. Маркетинговые исследования.

Сущность маркетингового исследования. Виды маркетинговых исследований. Этапы разработки и реализации маркетингового исследования. Методы сбора первичной и вторичной маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований (опрос, наблюдение, эксперимент, традиционный анализ документа, контент-анализ).

21. Управление маркетингом на предприятии.

Сущность процесса управления маркетингом на предприятии и содержание этапов: анализ маркетинговой среды и оценка потенциала предприятия; выбор целей и стратегий маркетинговой деятельности; разработка комплекса маркетинга; организационное структурирование и контроль маркетинговой деятельности.

22. Управление товаром в системе маркетинга на предприятии.


Сущность товара, классификация товаров в маркетинге. Этапы жизненного цикла товара. Виды кривых жизненного цикла товара. Этапы разработки нового товара. Упаковка, маркировка и присвоение марочного имени товару при его разработке.

23. Ценовой маркетинг на предприятии.

Этапы установления цены на товар (выбор целей и ценовых стратегий; анализ спроса на товар; анализ издержек; анализ цен конкурентов; методы ценообразования и др.). Ценовые стратегии. Стимулирование сбыта при помощи цен. Виды ценовых скидок. Ценовая дискриминация.

24. Сбыт товаров в системе маркетинга на предприятии.

Сущность и функции сбыта. Интенсивный, селективный и эксклюзивный сбыт. Сущность и виды каналов распределения товаров. Оптовая и розничная торговля.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

25. Маркетинговые коммуникации предприятий.

Сущность маркетинговой коммуникации, ее виды. Сравнительная характеристика маркетинговых коммуникаций (реклама; связи с общественностью; прямые коммуникации). Методы формирования бюджета на комплекс маркетинговых мероприятий.

26. Реклама как важнейший вид маркетинговой коммуникации.

Подходы к сущности понятия «реклама». Участники рекламной коммуникации (рекламодатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель, целевая аудитория получателей рекламы). Сущность рекламной кампании, ее виды. Этапы разработки рекламной кампании. Методы формирования рекламного бюджета.

27. Конкурентный анализ.

Понятие "конкуренция". Виды конкурентов: марочные, видовые, родовые конкуренты и конкуренты-желания. Этапы проведения конкурентного анализа. Товарный, ценовой, сбытовой и коммуникационный анализ конкурентов. Модель «пяти конкурентных сил».

28. Конкурентоспособность фирмы.

Сущность конкурентоспособности организации. Конкурентные преимущества/недостатки фирмы. Оценка конкурентоспособности фирмы. Стратегии конкурентной борьбы.

29. Кадровое планирование в организации.

Основные понятия кадрового планирования. Прогноз и определение количественных и качественных потребностей в персонале. Цель кадрового планирования. Факторы, воздействующие на процесс кадрового планирования. Оценка эффективности кадрового планирования, показатели.

30. Оценка персонала в организации.

Цели и методы оценки персонала. Подходы к разработке системы оценки персонала. Работа с результатами оценки.

31. Найм и адаптация персонала.

Процесс найма в организации. Источники найма в организации. Резюме. Алгоритм составления резюме. Анализ резюме службой кадров. Методы отбора персонала в организацию. Процесс адаптации персонала. Методы адаптации персонала.

32. Обучение персонала.


Сущность и виды обучения персонала. Развитие человеческих ресурсов. Наставничество и консультирование. Система российского образования. Виды профессионального обучения. Управление профориентацией персонала. Организация обучения персонала.

33. Методологические основы инновационного менеджмента.

Понятие инновации. Классификация инноваций. Интеллектуальная собственность и ее защита (промышленная собственность, ее виды и объекты, объекты авторского права, секреты производства).

34. Инновационные стратегии.

Компании - эксплеренты, виоленты, пациенты и коммутанты: роль и место в инновационном процессе. Предпочитаемые инновации. Смена инновационных ориентиров компаний.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

35. Венчурный бизнес как новая форма организации инновационного менеджмента.

Венчурные фирмы и венчурные фонды, их роль и место в инновационном процессе. Инкубирование инновационного бизнеса.

36. Коммерциализация инновационных идей: бизнес-инкубаторы, технопарки, технополисы.

Место инфраструктурных составляющих в инновационном процессе. Инкубаторы бизнеса, технопарки - понятие, предназначение, ключевые факторы успеха. Технополис как основа регионального инновационного развития: понятие, элементы. Наукоград как российский вариант технополиса.

37. Логистика снабжения.

Логистика снабжения: сущность, задачи. Алгоритм функционирования закупки. Основные требования к выбору поставщика. Преимущества и недостатки оптовых закупок и мелкими партиями.

38. Значение и сущность распределительной логистики.

Основные формы распределения готовой продукции (через посредников и собственными силами, сравнительная оценка). Каналы распределения: виды, параметры. Типы логистических посредников.

39. Логистика запасов.

Причины создания материальных запасов. Причины, вынуждающие к минимизации запасов. Классификации материальных запасов. Основные системы управления запасами (с фиксированным размером заказа, с фиксированным интервалом времени между заказами; их особенности).

40. Бизнес-план и его роль в решении проблем и задач управления организацией.

Место бизнес-планирования в системе планирования организации. Характеристика видов бизнес-планов и их роль в реализации задач управления организацией. Структура бизнес-плана и сложность информационное обеспечение его формирования.

41. Основы антикризисного управления.


Понятие антикризисного управления. Цели и задачи антикризисного управления. Стадии развития кризиса. Мероприятия по выходу из кризиса. Реорганизация, ее виды. Реструктуризация предприятий, ее виды. Санация предприятия. Основные этапы реструктуризации и санации.

42. Основы финансового менеджмента.

Финансовый менеджмент: понятие, цель, задачи, предмет. Информационное обеспечение финансового менеджмента, потребители и источники финансовой информации. Характеристика основных областей в управлении финансами предприятия.

43. Основы управления проектами.

Сущность проекта и его признаки. Портфель, программа, система проектов. Классификация проектов. Основные ограничения проектов. Управление проектами: понятие, принципы, этапы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

44. Жизненный цикл организации.

Понятие жизненного цикла организации. Основные модели жизненного цикла организации. Модель жизненного цикла организации Л. Грейнера. Модель жизненного цикла организации И. Адизеса. Основное назначение моделей жизненного цикла. Ограничения на применение моделей жизненного цикла к анализу российских организаций.

45. Управление сопротивлением изменениям.


Причины сопротивления изменениям на уровне личности и на уровне организации. Типичные примеры реакций сотрудников в условиях изменений. Стили реагирования на изменения. Способы преодоления сопротивления изменениям, целесообразность и условия их применения.

46. Социальная ответственность и отчетность.


Понятие социальной ответственности бизнеса. Подходы к корпоративной социальной ответственности. Области проявления социальной ответственности. Критерии социальной ответственности. Аргументы «за» и «против» социальной ответственности. Понятие социальной отчетности. Подходы к составлению социальной отчетности. Стандарты социальной отчетности. Заинтересованные в отчетности стороны.

III. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451920>
2. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03013-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450032>
3. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450097>
4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450531>
5. Ким, И. А. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / И. А. Ким. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01637-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450050>
6. Корнеев, И. К. Документирование управленческой деятельности : учебник и практикум для вузов / И. К. Корнеев, А. В. Пшенко, В. А. Машурцев. — 2-е изд.,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

- перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04533-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450470>
7. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449753>
 8. Коротков, Э. М. Управление изменениями : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков, М. Б. Жернакова, Т. Ю. Кротенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02315-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450213>
 9. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; ответственные редакторы В. Я. Горфинкель, Н. В. Родионова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11340-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450196>
 10. Кузнецов, Ю. В. Теория организации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Кузнецов, Е. В. Мелякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02949-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449876>
 11. Кульков, В. М. Макроэкономика : учебник и практикум для вузов / В. М. Кульков, И. М. Теняков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03568-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450224>
 12. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467017>
 13. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450620>
 14. Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Институт Экономики и Бизнеса	Форма	
Ф – Программа вступительного экзамена		

15. Неруш, Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 454 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12457-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447544>
16. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450528>
17. Спивак, В. А. Управление изменениями : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 357 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03358-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450462>
18. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / А. А. Литвинюк [и др.] ; под редакцией А. А. Литвинюка. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 498 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-5550-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449924>
19. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450087>

Председатель предметной комиссии



Т.Ю. Иванова