

Правила приема в магистратуру на 2013-2014 учебный год

1. В магистратуру на конкурсной основе принимаются лица, имеющие высшее образование с квалификацией бакалавра или магистра.

2. Прием в магистратуру проводится с 20.06.2013г. по 20.07.2013 г. Вступительные испытания проводятся по индивидуальному графику без результатов ЕГЭ.

3. Для проведения приема в магистратуру на соответствующих факультетах организуется экзаменационная комиссия под председательством декана факультета. Члены экзаменационной комиссии назначаются ее председателем из числа высококвалифицированных научно-педагогических кадров, включая научных руководителей магистерских программ и заведующих выпускающими кафедрами. Состав факультетских экзаменационных комиссий утверждается приказом ректора по представлению деканов факультета, после согласования с проректорами по учебной и научной работе.

4. Для поступления в магистратуру необходимы следующие документы:

- заявление на имя ректора по форме;
- диплом (дипломы) о высшем образовании и приложения к нему;
- заверенная копия паспорта;
- шесть фотографии 3,0 x 4,0 см.
- приписное свидетельство или военный билет (для юношей).

На основании поданного заявления и представленных документов формируется личное дело магистранта.

5. Вступительные испытания предполагают сдачу междисциплинарного экзамена и последующего собеседования. При поступлении в магистратуру вступительные экзамены сдаются по программам государственных квалификационных экзаменов бакалавриата с учетом требований Федеральных Государственных образовательных стандартов по соответствующему направлению подготовки. Программа собеседования определяется профилем подготовки и утверждается ректором и руководителем магистерской программы.

Прием в Магистратуру НОУ ВПО «Университет управления» «ТИСБИ» осуществляется по магистерским программам направлений подготовки: «Экономика», «Менеджмент», «Юриспруденция», «Финансы и кредит», «Бизнес информатика», «Управление персоналом» в соответствии с лицензией.

Профили магистерской подготовки утверждаются Ученым советом вуза, руководство магистерской программы оформляется приказом ректора.

7. Экзаменационная комиссия проводит конкурс по результатам вступительных испытаний и принимает решение по каждому поступающему, отдавая предпочтение при зачислении лицам, имеющим публикации и наиболее подготовленным к научно-исследовательской работе.

8. Решение о приеме в магистратуру или отказ сообщается поступающим в пятидневный срок после принятия решения.

9. Зачисление в магистратуру проводится приказом ректора по представлению председателя экзаменационной комиссии.

10. Пересдача экзаменов и повторное собеседование в текущем году не допускается. Апелляция результатов испытаний осуществляется в установленном порядке в соответствии с положением о правилах приема в НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ».

Приложения

1. Программа междисциплинарных экзаменов.
2. Примерная тематика рефератов.

**Программа междисциплинарного экзамена
по направлению подготовки «Экономика», магистерской программы
«Экономика фирмы и отраслевых рынков»**

Программа междисциплинарного экзамена по направлению подготовки «Экономика», магистерской программы «Экономика фирмы и отраслевых рынков» включает основные дидактические единицы государственного образовательного стандарта по направлению бакалавр экономики по предметам макроэкономика и микроэкономика.

Экономическая практика; экономические агенты (рыночные и нерыночные), теневая экономика; собственность и хозяйствование: теория «пучка прав собственности», экономические интересы, цели и средства, экономическая рациональность: выбор оптимального решения; конкуренция и ее виды; экономические блага и их классификации (в т.ч. классификация ресурсов), полные и частичные взаимодополняемость и взаимозамещение благ, товар и деньги; фактор времени и дисконтирование, потоки и запасы, номинальные и реальные величины, индексы Пааше, Ласпейреса и Фишера; кругообороты благ и доходов; затраты и результаты: общие, предельные и средние величины; альтернативные издержки (издержки отвергнутых возможностей); экономические ограничения: граница производственных возможностей, компромисс общества между эффективностью и равенством, компромисс индивида между потреблением и досугом; краткосрочный и долгосрочный периоды в экономическом анализе; *ex ante* и *ex post* величины; сравнительное преимущество; Парето-эффективность.

Рынок, совершенная конкуренция, закон предложения, закон спроса, равновесие, равновесная цена; излишки потребителя и производителя, эластичность; теории поведения потребителя и производителя (предприятия); бюджетное ограничение, кривые безразличия, предельные нормы замещения, эффекты дохода и замещения по Хиксу, кривая компенсированного спроса; максимизация прибыли фирмы на всех типах рынков, включая ресурсные; рыночная власть, индекс Херфиндаля-Хиршмана, монополия, естественная монополия, ценовая дискриминация; олигополия, теория игр и стратегическое поведение фирм, функции реакции фирм, равновесие Курно, Нэша, монополистическая конкуренция, барьеры входа и выхода (в отрасли); производственная функция (общий случай, линейная, Кобба-Дугласа, CES), валовые выручка (доход) и издержки; чистый денежный поток, приведенная (дисконтированная) стоимость, внутренняя норма доходности; переменные и постоянные издержки; общие, средние и предельные величины выручки и издержек, эффективности; отдача от масштаба производства (снижающаяся, повышающаяся, неизменная); факторы производства: труд (рабочая сила), физический капитал, земля, предпринимательские способности; рынки факторов производства, рента, заработная плата, процент, прибыль; экономика неопределенности и риска: причины, виды, пути снижения риска; теория поведения домашних хозяйств: однопериодное, двухпериодное и

многопериодные бюджетные ограничения, межвременный выбор, влияние постоянных и временных сдвигов производственной функции, ограничения ликвидности для домашних хозяйств; общественные блага, общественный выбор и проблема «безбилетника», поиск ренты; трансакционные и трансформационные издержки, внешние эффекты (экстерналии) и теорема Коуза-Стиглера; асимметрия информации и негативный отбор, сигналы рынка, анализ отношений «принципал-агент»; ящик Эджуорта, общее равновесие.

Микроэкономика. Экономические агенты (рыночные и нерыночные), собственность и хозяйствование: структура прав, передача прав, согласование обязанностей, экономические интересы, цели и средства, проблема выбора оптимального решения, экономическая стратегия и экономическая политика, конкуренция и ее виды; экономические блага и их классификации, полные и частичные взаимодополняемость и взаимозамещение благ, фактор времени и дисконтирование, потоки и запасы, номинальные и реальные величины; кругообороты благ и доходов; затраты и результаты: общие, предельные и средние величины; альтернативные издержки (издержки отвергнутых возможностей); экономические ограничения: граница производственных возможностей, компромисс общества между эффективностью и равенством, компромисс индивида между потреблением и досугом; экономические риски и неопределенность; внешние эффекты (экстерналии); краткосрочный и долгосрочный периоды в экономическом анализе; метод сравнительной статики, показатели эластичности.

Закон предложения, закон спроса, равновесие, рынок, равновесная цена; излишки потребителя и производителя, теории поведения потребителя и производителя (предприятия); монополия, естественная монополия, ценовая дискриминация; олигополия, монополистическая конкуренция, барьеры входа и выхода (в отрасли); сравнительное преимущество; производственная функция, факторы производства, рабочая сила, физический капитал; инфляция и безработица; рынки факторов производства, рента, заработная плата; бюджетное ограничение, кривые безразличия, эффект дохода и эффект замещения.

Понятие предприятия, классификация, внешняя и внутренняя среда, диверсификация, концентрация и централизация производства; открытие и закрытие предприятий, санация и банкротство; валовые выручка и издержки; прибыль бухгалтерская и экономическая, чистый денежный поток, приведенная (дисконтированная) стоимость, внутренняя норма доходности; переменные и постоянные издержки; общие, средние и предельные величины выручки и издержек, эффективности; отдача от масштаба производства (снижающаяся, повышающаяся, неизменная); неопределенность: технологическая, внутренней и внешней среды; риски, страхование, экономическая безопасность.

Макроэкономика. Общественное воспроизводство, система национального счетоводства, резидентные и нерезидентные институциональные единицы; макроэкономические показатели: национальное богатство, валовой внутренний продукт (ВВП) – методы

расчета, национальный доход, личный располагаемый доход, качество и уровень жизни, индекс человеческого развития, кривая Лоренца, коэффициент Джини, конечное потребление, модели потребления: кейнсианская, жизненного цикла (Модильяни), постоянного дохода (Фридмана), сбережения, инвестиции (валовые и чистые), q-теория инвестиций Тобина; отраслевая структура национальной экономики, реальный и финансовый секторы, межотраслевой баланс; теории экономического роста, модель Солоу, «золотое правило накопления»; макроэкономическое равновесие: основные модели совокупного спроса и совокупного предложения – модель AD-AS, модель IS-LM; основные макроэкономические проблемы: цикличность, безработица, социальная политика, инфляция; формулы Оукена, Лукаса и кривые Филлипса; адаптивные и рациональные ожидания, гистерезис; теории денег, денежное обращение, равновесие денежного рынка, модель оптимального управления наличностью Баумоля-Тобина, рынок ценных бумаг и виды биржевых операций, монетарная политика; государственный бюджет, его дефицит и профицит, теорема эквивалентности Рикардо; налоговая система, фискальная политика, стабилизационная политика; закрытая и открытая экономика, номинальный и реальный валютный курсы, фиксированный и плавающий курсы валюты, паритет покупательной способности; сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства.

Макроэкономика. Общественное воспроизводство, резидентные и нерезидентные институциональные единицы; макроэкономические показатели: валовой внутренний продукт (производство, распределение и потребление), личный располагаемый доход, конечное потребление, модели потребления, сбережения, инвестиции (валовые и чистые); национальное богатство, отраслевая и секторальная структуры национальной экономики, межотраслевой баланс; теневая экономика; равновесие совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS), мультипликатор автономных расходов; адаптивные и рациональные ожидания, гистерезис; денежное обращение (М.Фридман), сеньораж, количественная теория денег, классическая дихотомия; государственный бюджет, его дефицит и профицит, пропорциональный налог, прямые и косвенные налоги, чистые налоги; закрытая и открытая экономика, фиксированный и плавающий курсы валюты, паритет покупательной способности; макроэкономическое равновесие и реальная процентная ставка (модель IS-LM): сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства; стабилизационная политика; технологические уклады и «длинные волны»; теории экономического роста и экономического цикла; «золотое правило накопления».

**Программа междисциплинарного экзамена
по направлению подготовки «Юриспруденция», магистерской
программы «Международное публичное право, европейское право»**

Программа междисциплинарного экзамена по направлению подготовки (521400) «Юриспруденция», магистерской программы «Международное публичное право, европейское право» (521409) включает основные дидактические единицы государственного образовательного стандарта по предметам правоведение, международное публичное право, европейское право.

Согласно Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования программа вступительного экзамена включает в себя следующие основные дидактические единицы:

Методологические основы научного понимания государства и права, государственно-правовых явлений; закономерности исторического движения и функционирования государства и права; взаимосвязь государства, права и иных сфер жизни общества и человека; понятийный и категорийный аппарат теории государства и права; эволюция и соотношение современных государственных и правовых систем; основные проблемы современного понимания государства и права; общая характеристика современных политико-правовых доктрин.

Понятие и предмет конституционного права; место российского конституционного права в системе права России; конституционное развитие России; Конституция РФ 1993 г.; конституционные основы общественного и государственного строя; основы конституционного строя РФ; основы правового положения граждан; конституционный статус человека и гражданина РФ; гражданство в РФ; формы правления; государственное устройство РФ; избирательная система и избирательное право в РФ; референдум; виды государственных органов в РФ, их система и конституционно-правовой статус; Президент РФ; Федеральное Собрание - парламент РФ, его палаты; законодательный процесс в Федеральном Собрании; Правительство РФ; судебная власть в РФ; конституционные основы деятельности Прокуратуры РФ; Конституционный Суд РФ.

Гражданское право в системе права России; предмет гражданско-правового регулирования; гражданско-правовой метод регулирования общественных отношений; понятие, содержание и виды гражданских правоотношений; граждане, юридические лица, государственные и муниципальные образования как субъекты гражданских правоотношений; объекты гражданских правоотношений и их основные виды; понятие и виды юридических фактов в гражданском праве; сделки и условия их действительности; понятие, способы и пределы осуществления гражданских прав; право на защиту; гражданско-правовая ответственность, ее условия и размер; сроки в гражданском праве; собственность и ее правовые формы, понятие и объекты права собственности, понятие и содержание иных (ограниченных) вещных прав; наследование собственности граждан; гражданско-правовая защита права собственности и иных вещных прав;

гражданско-правовое регулирование отношений в сфере интеллектуальной деятельности; исключительное право (интеллектуальная собственность); авторское право; патентное право на изобретение, полезную модель и промышленный образец; право на фирменное наименование и товарный знак; гражданско-правовое регулирование личных неимущественных отношений, не связанных с имущественными; понятие, виды и исполнение обязательств; понятие, содержание и виды гражданско-правовых договоров; заключение, применение и расторжение договоров; отдельные виды договорных и иных обязательств; обязательства по передаче имущества и пользование; обязательства по производству работ; обязательства по реализации результатов интеллектуальной деятельности; обязательства по оказанию услуг; обязательства по совместной деятельности; обязательства из односторонних действий; внедоговорные (правоохранительные) обязательства.

Формы защиты гражданских прав; понятие гражданского процесса, источники гражданского процессуального права, процессуальная форма; принципы российского гражданского процессуального права; гражданские процессуальные отношения; подведомственность гражданских дел; подсудность, участники гражданского процесса; иск; судебное доказывание; судебное разбирательство; виды судебных постановлений; исполнительное производство; нотариат; третейские суды; основы знаний об арбитражном процессе.

Административное право в правовой системе Российской Федерации; управление, государственное управление, исполнительная власть; понятие административного права, предмет и метод административно-правового регулирования; соотношение административного права с другими отраслями

права; система административного права; административно-правовые нормы; источники административного права; административно-правовые отношения; субъекты административного права; административно-правовые формы и методы государственного управления.

Трудовые отношения работников и производные от них отношения как предмет трудового права; метод и система трудового права; основные принципы трудового права; источники трудового права; субъекты трудового права; понятие трудового правоотношения; трудовой коллектив; правовое регулирование трудоустройства; понятие трудового договора; виды трудовых договоров; материальная ответственность сторон трудового правоотношения;

индивидуальные и коллективные трудовые споры и порядок их разрешения; трудовые конфликты и порядок их разрешения.

Понятие, предмет, метод, задачи уголовного права; принципы российского уголовного права; уголовный закон; уголовная ответственность, понятие преступления; состав преступления; неоконченное преступление; соучастие в преступлении; наказание и его цели; система и виды наказаний; назначение наказания; составы преступлений по особенной части Уголовного кодекса РФ.

Сущность и основные понятия уголовного процесса; уголовно-процессуальное право; источники; принципы уголовного процесса; субъекты

уголовного процесса; доказательства в уголовном процессе; общие положения и источники доказательств; процесс доказывания и меры уголовно-процессуального принуждения; возбуждение уголовного дела; предварительное следствие и дознание (общие условия); следственные действия; приостановление расследования; окончание расследования; подсудность уголовных дел; назначение судебного заседания; судебное разбирательство; кассационное производство; исполнение приговора; производство в порядке надзора.

Международное право как особая система юридических норм; субъекты международного права; источники международного права и процесс создания норм; взаимодействие международного и внутригосударственного права; основные принципы международного права; право международных договоров; международные организации и конференции; ответственность в международном праве; дипломатическое и консульское право; право международной безопасности; права человека и международное право; международное экономическое, морское, воздушное, экологическое право; мирные средства разрешения международных споров; международное гуманитарное право.

Европейское право в системе международного права; субъекты, источники, формирование европейского права; соотношение европейского и национального права; основные принципы европейского права; правовые основы интеграции европейских государств; права человека в европейском праве, основные средства, формы и способы обеспечения прав человека в европейском праве.

Программа междисциплинарного экзамена по направлению подготовки «Менеджмент», магистерской программы «Общего и стратегического менеджмента»

Программа междисциплинарного экзамена по направлению подготовки (080500.62) «Менеджмент», магистерской программы «Общего и стратегического менеджмента» (080501.68) включает основные дидактические единицы государственного образовательного стандарта по предметам: основы менеджмента, маркетинг, стратегический менеджмент».

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

1. Сущность и основные категории менеджмента

Содержание науки менеджмента и ее место в системе смежных наук. Управление как наука и искусство. Взаимосвязь предмета, теории и метода науки менеджмента.

Общие и специальные методы исследования отношений и процессов управления. Категории управления, роль их исследования для познания закономерностей управления.

Понятия «менеджмент», «менеджер». Взаимосвязь менеджмента и управления. Методические основы менеджмента. Роль эффективного менеджмента в становлении рыночных отношений в России.

Исторические роли менеджера. Роли менеджера по классификации Г. Минцберга. Эффективность менеджера. Основные виды менеджерской деятельности и их связь с эффективностью и преуспеванием менеджера. Социально-психологический портрет современного менеджера.

2. Развитие теории и практики менеджмента

Развитие менеджмента за рубежом и в России. Классификация основных подходов к управлению, сформировавшихся в настоящее время. Характеристика школ в управлении: школа научного управления, школа административного управления, школа человеческих отношений, школа науки о поведении, школа науки управления (количественных методов). Процессный подход в управлении. Системный подход в управлении. Ситуационный подход в управлении.

3. Управление социально-экономическими системами

Принципы построения и функционирования системы управления производством.

Взаимодействие объекта и субъекта управления в системе управления производством. Активная роль субъекта управления в системе управления производством.

Деление производства как субъекта управления в структурном отношении по иерархическому и функциональному признакам.

Построение иерархической структуры производства и решение задачи ее оптимизации. Взаимосвязь между иерархической и функциональной структурами производства.

Ведущие принципы построения и функционирования управляющих систем: принцип иерархичности и принцип обратной связи. Значение обратных связей для осуществления управления в экономических системах.

4. Закономерности и принципы управления экономикой

Сущность законов управления, механизм их взаимодействия и использования в практике производства. Законы управления для совершенствования системы, процессов, методов и принципов управления производством.

Основные подходы к формированию принципов управления, обоснованные основателем школы научного управления Ф. Тейлором, 12 принципов производительности труда Х. Эмерсона, 14 принципов научного управления, разработанные А. Файолем. Специфика принципов управления в условиях социалистического производства. Развитие и совершенствование принципов управления в современных условиях.

5. Процесс управления, его цели и функции

Управление производством как процесс; его содержание. Элементы управления; их назначение в разработке технологии управления производством. Понятие цели управления и ее значение в процессе управления производством. Целевое управление как фактор совершенствования управления. Требования, предъявляемые к целям управления, структура и содержание целей управления.

Методологические основы определения и постановки целей управления. Роль прогнозирования в разработке цели управления.

Функциональное разделение труда в процессе управления. Классификация основных функций управления производством по их содержанию. Деление функций управления на общие, конкретные и специальные. Другие аспекты классификации функций управления.

6. Коммуникации в процессе управления

Сущность коммуникаций в процессе управления. Виды коммуникаций. Система информационного обеспечения управления: ее состав и характеристика. Эволюция информационных систем управления в процессе усиления нестабильности внешней среды организации. Документооборот в системе информационного обеспечения в управлении. Цель организационных коммуникаций.

7. Разработка решений

Технология подготовки принятия управленческого решения: выявление и постановка проблемы; выработка вариантов решений и выбор оптимального из них; реализация принятых решений, контроль за их исполнением.

Методы оптимизации управленческих решений. Оптимизация решений по формализуемым проблемам с помощью методов исследования операций и моделирования ситуаций. Неформальные методы оптимизации управленческих решений: метод «Дельфи», метод мозговой атаки и т.п.

8. Планирование как функция управления

Стратегическое планирование и основные этапы его осуществления; их характеристика. Определение миссии и целей организации. Понятие миссии, ее взаимосвязь с целями. Множественность, непротиворечивость целей. Влияние на миссию и цели организационных ценностей и целей руководителей высшего уровня.

Оценка и анализ внешней среды организации. Факторы внешней среды. Составление перечня внешних опасностей и возможностей. Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации. Выбор, реализация и оценка стратегии. Внешняя стратегия.

9. Организация как функция менеджмента. Организационные отношения в системе менеджмента

Формы организации системы менеджмента. Линейная и функциональная структуры. Модификации функциональной структуры. Дивизионная структура и ее разновидности: продуктовая, региональная, с централизованными штабными функциями, управление проектами. Адаптивные структуры управления: матричная, множественная.

Сущность делегирования и его роль в управлении. Ответственность и полномочия. Преимущества делегирования. Причины нежелания руководителей делегировать. Причины нежелания подчиненных участвовать в процессе делегирования. Обязанности руководителя и подчиненных в процессе делегирования. Правила (техника) делегирования: что, когда, кому и как можно делегировать.

10. Мотивация деятельности в менеджменте

Сущность контроля, необходимость контроля и его взаимосвязь с другими функциями управления. Первоначальные концепции мотивации. Современные теории мотивации: содержательные и процессуальные. Содержательные теории мотивации. Сущность теорий, их сильные и слабые стороны, рекомендации менеджерам по использованию содержательных теорий мотивации.

Процессуальные теории мотивации. Рекомендации по проведению в организации анализа действующих систем мотивации. Анализ регуляторов мотивации. Анализ главных мотиваторов. Методы мотивации.

11. Регулирование и контроль в системе менеджмента

Сущность контроля, необходимость контроля и его взаимосвязь с другими функциями управления. Виды контроля. Этапы процедуры контроля и характеристика их.

Поведенческие аспекты контроля: поведение, ориентированное на контроль; выдача непригодной информации. Рекомендации менеджерам, позволяющие снизить негативные моменты в поведении работников при проведении контроля.

Характеристики эффективного контроля.

12. Социофакторы, этика менеджмента

Социальная ответственность бизнеса: классический и социально-экономический подходы. Уровень вовлеченности организации в социальную деятельность.

Этика менеджмента. Основные подходы к проблеме деловой этики. Факторы, обуславливающие этичность поведения менеджера. Этика бизнеса на международном уровне.

13. Управление человеком и управление группой

Эффективное управление людьми в организации - сущность менеджмента. Групповая динамика. Этапы управления трудовыми ресурсами, их характеристика.

Организация эффективно работающего коллектива. Причины создания коллектива, потенциал коллективной работы. Установление приоритета коллективности. Программа формирования коллектива.

14. Руководство: власть и партнерство

Источники власти: должность и личность руководителя. Власть должности как делегируемая вышестоящим руководством. Основные формы проявления власти должности. Личная власть как происходящая от подчиненных снизу. Основные формы проявления личной власти. Факторы, влияющие на прочность власти и преобладание той или иной ее конкретной формы. Характеристика основных стратегий влияния и конкретных обстоятельств, определяющих их выбор. Сильные и слабые стороны влияния при помощи угроз. Влияние при помощи обмена. Особенности влияния при помощи эмоций и доводов.

Убеждение и участие как новые формы влияния, побуждающие исполнителя к активному сотрудничеству и партнерству.

15. Динамика групп, лидерство в системе менеджмента

Группы в организации: понятие, признаки, формальные и неформальные группы, механизм их образования. Групповая динамика. Основные элементы групповой динамики. Управление группой. Формирование команды. Сущность и взаимосвязь понятий «руководство» и «лидерство». Коллективное руководство. Условия эффективного использования группового принятия решений.

16. Стиль руководства

Анализ теорий лидерства: личностная теория лидерства, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Поведенческий подход к лидерству. Ситуационный подход к эффективному лидерству. Адаптивное руководство.

Характеристика навыков способностей эффективного руководства. Способность к инновациям, высокая способность влиять на окружающих, знание современных управленческих подходов, способность руководить, умение обучать и развивать подчиненных, способность реформировать и развивать эффективные рабочие группы.

17. Имидж (образ) менеджера

Понятие имиджа. Профессиональный имидж менеджера. Внешний облик делового мужчины и деловой женщины. Визитная карточка. Создание имиджа делового человека.

18. Управление конфликтами

Природа конфликта в развивающейся организации, его роль в процессе управления. Типы конфликтов. Основные причины конфликта. Модель процесса конфликта, функциональные и дисфункциональные последствия конфликта. Управление конфликтной ситуацией. Структурные методы решения конфликта. Межличностные методы разрешения конфликтов.

Управление изменениями. Этапы процесса успешного управления изменениями.

19. Эффективность менеджмента

Понятие результативности и эффективности менеджмента. Факторы эффективности менеджмента.

Сущность концепции повышения стоимости бизнеса, ее основные преимущества.

Различные подходы к формированию критериев эффективности менеджмента. Критерии эффективности управленческого труда Критерии эффективности системы управления. Определение экономической эффективности от внедрения мероприятий по совершенствованию управления.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Становление и развитие стратегического менеджмента

Содержание дисциплины «Стратегический менеджмент». Цель и задачи дисциплины. Предмет и метод дисциплины, ее структура и взаимосвязь с другими дисциплинами учебного плана. Этапы становления стратегического менеджмента. Школы стратегий. Концепция стратегического встраивания в интересы российских и зарубежных партнеров.

2. Стратегический менеджмент: объект, задачи, принципы и методы.

Стратегические проблемы развития производства

Цель и задачи стратегического менеджмента.

Стратегический менеджмент как система: составляющие системы стратегического менеджмента. Развитие принципов и методов стратегического менеджмента. Теория спроса как база для разработки мер в рамках стратегического менеджмента. Стратегические проблемы развития производства.

3. Стратегия предприятия

Сущность и понятие стратегии.

Элементы стратегий. Сущность и понятие миссии предприятия. Условия и факторы, определяющие выработку миссии предприятия. Характеристика элементов стратегии. Классификация стратегий. Особенности использования различных видов стратегий.

4. Пути стратегического развития фирмы

«Эталонные» корпоративные стратегии (стратегия концентрированного роста, стратегия интегрированного роста, стратегия диверсифицированного роста, стратегия сокращения). Стратегия будущего (Гари Хамел). Стратегия встраивания в интересы партнеров. Методические положения разработки стратегии встраивания в интересы партнеров. Цели международного развития фирмы. Формы международного развития фирмы. Национальные и международные организации. Глобальная и межнациональная стратегия.

Стратегические альянсы: теоретические и практические аспекты формирования и развития. Классификация стратегических альянсов. Жизненный цикл стратегического альянса. Содержание процесса управления стратегическим альянсом.

5. Стратегический маркетинг

Методы изучения потребителей, конкурентов. Определение границ деятельности. Мотивация потребителя. Поведение покупателя при

совершении выбора. Анализ потребностей посредством сегментации рынка. Выбор стратегии маркетинга. Процесс введения нового товара на рынок. Стратегические решения по каналам сбыта.

6. Стратегическое позиционирование и модели изучения внешней среды

Понятие стратегического позиционирования. Понятие стратегических зон хозяйствования. Методы анализа и выбора стратегических позиций.

7. Конкурентоспособность

Понятие и сущность конкурентоспособности товара (услуги). Критерии и показатели конкурентоспособности товара (услуги). Понятие и сущность конкурентоспособности технологии. Критерии и показатели конкурентоспособности технологии. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия. Критерии и показатели конкурентоспособности предприятия. Построение дерева показателей конкурентоспособности товара, технологии, предприятия. Определение конкурентных преимуществ товара, технологии, предприятия.

8. Стратегический потенциал предприятия

Понятие стратегического потенциала предприятия. Структура стратегического потенциала предприятия. Стратегические ресурсы. Персонал и его стратегическое значение. Лидер и команда. Качества лидера. Развитие способностей к работе в команде.

9. Цепочка ценностей и определение стратегических единиц бизнеса

Ценность товара и услуги. Бизнес как процесс создания ценности. Цепочка ценностей по Портеру. Цепочка ценностей по МакКинзи. Цепочка ценностей и формирование стратегических единиц бизнеса (СБЕ). Стратегическая, внешняя и внутренняя независимость СБЕ. Взаимодействие различных СБЕ в компании.

10. Стратегические решения

Сущность стратегических решений. Научные подходы к выработке стратегических решений. Принципы стратегических решений. Методы выработки и реализации стратегических решений.

11. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия

Цели стратегического управления, их классификация. Основные параметры стратегических целей предприятия. Требования к выработке стратегических целей предприятия. Построение стратегических ориентиров и основные контуры стратегии развития предприятия. Модели и алгоритмы формирования стратегии предприятия. Формирование стратегий внешнеэкономической деятельности.

12. Стратегическое планирование развития предприятия

Сущность стратегического планирования развития предприятия. Элементы стратегического планирования. Вовлечение персонала в процесс стратегического планирования. Процедура стратегического планирования. Коммуникации в процессе стратегического планирования развития предприятия. Реализация программы стратегического развития предприятия. Методика стратегического планирования.

13. Культура и политика при разработке и реализации стратегического планирования

Сущность культуры и политики стратегического планирования. Механизмы развития культуры и виды политики стратегического планирования: стратегия и политика предприятия. Влияние культуры и политики на подсистемы в стратегическом планировании.

14. Стратегия и организационная структура

Функция организации в стратегическом менеджменте. Новые организационные модели: стратегические зоны хозяйствования, стратегические зоны встраивания, стратегические хозяйственные центры, стратегические центры встраивания. Выбор структуры управления и приведение ее в соответствие с разработанной стратегией.

МАРКЕТИНГ

1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности

Информация как основа для принятия маркетинговых решений. Маркетинговая информационная система и система поддержки принятия решения в маркетинге. Виды информации (первичная и вторичная). Кабинетные и полевые исследования. Количественные и качественные исследования. Методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации. Простые однофакторные методы, инструменты описательной статистики, двухфакторные методы анализа количественных данных.

2. Технология маркетинговых исследований

Цели маркетинговых исследований (далее - МИ). Разведочные, описательные и казуальные исследования. Основные этапы процесса маркетинговых исследований и их результаты. Диагностика проблем управления и проблемы маркетингового исследования. Анализ потребности в маркетинговых исследованиях. Проблемные и мониторинговые исследования. Результаты МИ. Основные требования к подготовке аналитического отчета и его презентация.

3. Основные направления маркетинговых исследований

Объекты и предметы МИ. Исследование рынка и возможностей организации на нем. Отношение потребителей к организации и ее продуктам. Изучение конкурентной среды. Изучение потребителей методом сегментации. Товарно-ценовой мониторинг рынка. Исследование эффективности каналов распределения и маркетинговых коммуникаций.

4. Целевой маркетинг

Понятия базового рынка, целевого рынка и целевого сегмента. Построение модели базового рынка: макро- и микросегментации. Признаки сегментации. Построение сетки сегментации. Сегментация по выгодам, описательная (социально-демографическая) сегментация, психографическая и поведенческая сегментации. Изучение деловых (бизнес) рынков методом сегментации. Сегментация рынка услуг.

5. Выбор целевого сегмента и позиционирование товара

Критерии оценки сегмента. Тестирование сетки сегментации. Стратегии охвата базового рынка: стратегия фокуса, функциональная стратегия, стратегия ориентации на клиента, селективная стратегия, стратегия полного

охвата рынка. Недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Позиционирование товара. Основания для позиционирования товара. Карты позиционирования. Стратегии дифференциации. Основные направления дифференциации; по товару, по персоналу, по имиджу, по услугам.

6. Товар и товарная политика в маркетинге

Понятие товара. Трехуровневая представленность товара, мультиатрибутивная концепция товара. Понятие качества товара с точки зрения потребителя и производителя. Конкурентоспособность товара. Маркетинговый подход к классификации товаров. Жизненный цикл товара. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). Понятие ЖЦТ. Стратегия маркетинга на разных этапах ЖЦТ. Способы продления ЖЦТ. Особые случаи. Новый товар в маркетинге. Понятие нового товара. Этапы разработки нового товара. Риски, связанные с разработкой и выводом нового товара на рынок. Понятие товарного ассортимента, его характеристики, формирование, планирование ассортимента. Рыночная атрибутика товара. Товарно-знаковая символика. Товарный знак, его значение и требования к нему. Фирменное имя товара. Требования к упаковке и маркировке. Понятие фирменного стиля.

7. Процесс ценообразования в маркетинге

Понятие цены в маркетинге и виды цен. Этапы ценообразования. Цели ценообразования. Информация, необходимая для принятия решения по ценам. Классификация подходов к ценообразованию. Соотношение цена/качество. Основные стратегии ценообразования. Стратегия высоких цен, стратегия низких цен, стратегия ценового лидера, стратегия рыночных цен), условия их применения. Возможности изменения цен на разных этапах ЖЦТ. Стратегия инициативного изменения цен. Ценовые реакции организации и ее конкурентов.

8. Система распределения

Роль системы распределения в комплексе маркетинга. Структура каналов распределения; их функции, уровни и управление. Роль запаса в системе товародвижения, виды запасов. Виды посредников и их характеристика. Оптовая и розничная торговля. Роль посредника в доведении товаров до потребителя. Прогрессивные формы торговли.

9. Коммуникации в маркетинге

Условия эффективной коммуникации в маркетинге. Каналы личной и неличной коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций (реклама, паблик рилейшнз, ярмарки и выставки, личные продажи, стимулирование сбыта и др.). Реклама (товарная, корпоративная, социальная, институциональная, политическая). Принципы и методы рекламной деятельности. Основные задачи рекламы. Виды, цели и средства рекламы. Паблик рилейшнз - связи с общественностью. Определения, функции, цели и задачи. Виды деятельности по формированию общественного мнения. Отношения со СМИ. Ярмарки, выставки. Цели и задачи, организация. Международные ярмарки образцов, специализированные салоны и выставки. Национальные специализированные выставки. Выставки-продажи. Формы и методы

стимулирования, особенности их применения. Типовые стратегии стимулирования сбыта. Личные продажи. Управление процессом продаж.

10. Организация и планирование маркетинга

Основные этапы маркетингового планирования. Стратегическое и оперативное планирование. Бюджет маркетинга. Контроль маркетинговой деятельности предприятия. Место плана маркетинга в системе планов предприятия. Организация маркетинговой деятельности. Организационные структуры предприятий, работающих на принципах маркетинга. Положение о службе маркетинга, ее структура, статус и место в иерархии управления. Организационные структуры: функциональная, товарно-функциональная, товарно-рыночная, управление по проекту, матричная и др. Их преимущества и недостатки.

11. Особенности маркетинговых инноваций

Инновационный маркетинг и возможности инновационных компаний. Значение и виды маркетинговых инноваций. Система инновационных рычагов. Стратегические возможности инновационных компаний. Построение модели базового рынка. Оценка риска инновации, технологические и рыночные риски. Стратегическая важность маркетинговой инновации и анализ факторов ее успешности. Эффективность процесса управления маркетинговыми инновациями. Управление процессом разработки и вывода нового товара. Процесс разработки нового товара. Факторы, определяющие успех маркетинговой инновации на рынке. Пять этапов процесса адаптации к товару. Маркетинговая концепция товара и методы моделирования.

**Примерная тематика рефератов
по направлению подготовки «Экономика», магистерской программы
«Экономика фирмы и отраслевых рынков»**

1. Национальная экономика: от депрессии к экономическому подъему.
2. Экономические циклы в национальной экономике.
3. Взаимодействие инновационных и экономических циклов в национальной экономической системе.
4. Учет риска при реализации инновационных проектов: методы оценки и качество прогнозов.
5. Дифференциальные и интегральные оценки качества функционирования национальной экономики.
6. Организация инновационного процесса в макроэкономике: специфика воплощения и национальные проблемы.
7. Конъюнктурные исследования в национальной экономике.
8. Теории экономической конъюнктуры в переходной экономике.
9. Экономические циклы в развитии предприятия.
10. Структурные преобразования национальной экономики в переходных условиях.
11. Национальная экономика: эколого-экономический аспект.
12. Интеграция национальной экономики в мирохозяйственные связи.
13. Организация и функционирование службы маркетинга на промышленном предприятии.
14. Теория временных преимуществ в национальной экономической политике.
15. Конъюктуреспособность национальной экономике и ее обеспечение.
16. Уровень и качество жизни населения в социально-ориентированной экономике.
17. Моделирование экономических процессов на современном этапе.
18. Государственное регулирование экономики в современных условиях.
19. Экономическая теория, практика и политика: взаимосвязи и развитие.
20. Экономические потребности и интересы в рыночной экономике.
21. Экономические ресурсы, их редкость и эффективное использование.
22. Современное товарное производство.
23. Собственности в экономической системе.
24. Экономические интересы, их роль и механизм реализации в рыночной экономике.
25. Российская экономическая политика, ее особенности и эволюция.

26. Экономическая система Республики Татарстан и перспективы ее развития.
27. Теория и практика экономической конкуренции.
28. Монополизация отечественной экономики и механизм ее преодоления.
29. Антимонопольная политика как функция государственного регулирования экономики.
30. Национальная экономика и экономический рост: выбор модели, поиск ресурсов, определение качества.
31. Научно-технический прогресс как фактор экономического роста.
32. Технологический процесс и экономическое развитие.
33. Современная смешанная экономическая система.
34. Поведение потребителя и его рациональность.
35. Издержки фирмы.
36. Формирование рынков факторов производства в условиях экономики переходного периода.
37. Функциональная роль прибылей и убытков в рыночной экономике.
38. Условия и причины развития предпринимательства в РФ и РТ.
39. Риск в предпринимательской деятельности: понятие, факторы, измерение.
40. Развитие форм предприятий в отечественной экономике.
41. Коммерческий расчет и механизм его реализации предприятием.
42. Процессы коммерциализации, акционирования и приватизации: результаты и перспективы.
43. Предприятие: сочетание социально-экономической эффективности и экологической безопасности.
44. Проблемы макроэкономического равновесия отечественной экономики и его обеспечение.
45. Рынок труда в РФ, РТ и методы государственного регулирования занятости.
46. Социальная и экологическая защита населения.
47. Свободная торговля и протекционизм - как составные элементы национальной экономической политики.
48. Концепция налоговой политики в РФ.
49. Роль прямых и косвенных налогов в стимулировании экономики РФ.
50. Валютно-финансовый механизм РФ.

**Примерная тематика рефератов
по направлению подготовки «Юриспруденция», магистерской
программы «Международное публичное право, европейское право»**

1. Гражданство в международном праве.
2. Европейский суд – гарант защиты прав человека.
3. Законодательные основы борьбы с международным терроризмом.
4. Защита прав человека в период вооруженных конфликтов.
5. История международного права и его науки.
6. Конвенция ООН по морскому праву 1982 года.
7. Источники международного экономического права.
8. Консульские должностные лица. Их привилегии и иммунитеты.
9. Международная защита социально-экономических и культурных прав и свобод человека.
10. Международные организации, их классификация и правовой статус.
11. Правовая природа Европейского Союза.
12. Этапы становления Европейского Союза.
13. Учредительные договоры Европейских сообществ и Европейского Союза.
14. Договоры об образовании Европейского сообщества по углю и стали и Евроатома.
15. Договор об образовании Европейского экономического сообщества.
16. Маастрихтский договор 1992 года.
17. Амстердамский договор.
18. Основные институты Европейского Союза.
19. Совет ЕС.
20. Европейский парламент: статус, выборы, внутренняя структура и порядок работы, полномочия.
21. Европейская Комиссия: порядок формирования, полномочия, порядок работы и процедура принятия решений.
22. Суд Европейских сообществ.
23. Счетная палата ЕС.
24. Уполномоченный по правам человека в ЕС.
25. Принцип subsidiarity в Европейском Союзе.

**Примерная тематика рефератов
по направлению подготовки «Менеджмент», магистерской программы
«Общего и стратегического менеджмента»**

1. Повышение финансовой устойчивости предприятия.
2. Повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
3. Совершенствование организационной структуры предприятия.
4. Финансовое планирование деятельности предприятия.
5. Управление себестоимостью предприятия.
6. Управление предприятием на основе хозяйственного расчета.
7. Антикризисное управление предприятием.
8. Управление рисками предприятия.
9. Управление сбытом предприятия.
10. Управление затратами на предприятии.
11. Маркетинговое управление предприятием.
12. Совершенствование системы управления предприятием.
13. Бизнес-планирование деятельности предприятия.
14. Мотивация и стимулирование персонала предприятия.
15. Управление мотивацией персонала на предприятии.
16. Разработка конкурентных стратегий на предприятии.
17. Управление конкурентоспособностью предприятия.
18. Управление маркетинговой деятельностью на предприятии.
19. Проведение маркетинговых исследований на предприятии.
20. Разработка товарной стратегии на предприятии.
21. Разработка ценовой политики на предприятии.
22. Организация сбытовой деятельности на предприятии.
23. Разработка комплекса продвижения товара на предприятии.
24. Организация рекламной деятельности на предприятии.
25. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта в организации.
26. Разработка мероприятий по связям с общественностью в организации.
27. Разработка комплекса маркетинга на предприятии.
28. Организация маркетинговой деятельности на предприятии.
29. Применение стратегического маркетинга в деятельности предприятия.
30. Разработка бизнес-плана на предприятии.
31. Организация службы маркетинга на предприятии.
32. Управление логистической деятельностью на предприятии.
33. Организация службы логистики на предприятии.
34. Организация логистической деятельности на предприятии.
35. Управление качеством услуг на предприятии.
36. Управление системой качества на предприятии.
37. Разработка ценовой политики фирмы.
38. Разработка плана маркетинга на предприятии.
39. Управление качеством продукции на предприятии.
40. Управление инвестиционной деятельностью предприятия.
41. Управление финансовой деятельностью предприятия.
42. Управление производственной деятельностью предприятия.

43. Стратегическое планирование в организациях.
44. Система стратегического менеджмента в организациях.
45. Формирование стратегии и тактики деятельности кризисного предприятия.
46. Бизнес-план как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
47. Технологии инновационного менеджмента в организациях.
48. Роль инноваций в финансовом оздоровлении предприятия.
49. Инновационные стратегии деятельности кризисного предприятия.
50. Особенности реструктуризации кризисного предприятия.

**Демо-версия тестов
по направлению подготовки «Экономика», магистерской программы
«Экономика фирмы и отраслевых рынков»**

1. Согласно закона Оукена, двухпроцентное превышение фактического уровня безработицы над его естественным уровнем означает, что отставание фактического объема ВВП от реального составляет:

- a) 3 %
- b) 5 %
- c) 2 %
- d) 4 %

2. Термин «учетная ставка» означает:

a) Уровень снижения цены для Центрального банка, когда он скупает государственные ценные бумаги

b) Степень давления, оказываемую Центральным банком на коммерческие банки с целью снижения объема выдаваемых ими ссуд

c) Степень воздействия Центрального банка на рост денежной массы и объема ВВП

d) Процентную ставку по ссудам, представляемым коммерческим банкам

3. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А по цене товара Б имеет отрицательное значение: $E_{с<0}$, то

a) товары А и Б являются взаимозаменяемыми

b) товары А и Б являются взаимодополняемыми

c) товары А и Б являются независимыми

d) товары А и Б характеризуются неэластичным спросом по цене

4. Какое из этих положений не имеет отношения к определению предмета экономической теории?

a) эффективное использование ресурсов;

b) неограниченные производственные ресурсы;

c) максимальное удовлетворение потребностей;

d) редкость блага.

5. Среди авторов периода «маржинальной революции» родоначальником современного макроэкономического моделирования принято считать:

a) У.Джевонса;

b) Л.Вальраса;

c) А.Маршалла;

d) В.Парето.

6. Среднегодовая численность работников на предприятии составляет 200 чел. Ими произведено 39 тыс. тонн продукции. Годовой нормативный фонд времени одного работника – 290 дней. Дневная производительность труда одного работника составит:

a) 0,67;

b) 0,54;

- в) 195;
- г) 134;
- д) 1,48.

7. Основные группы факторов, влияющие на производительность труда:

- а) социально-экономические, материально-технические, квалификационные;
- б) технико-технологические, трудовые, материальные, социальные;
- в) социально-психологические, вещественные, технические, квалификационные;
- г) технические, технологические, профессиональные, организационно-экономические, социально-психологические;
- д) организационно-экономические, материальные, социально-психологические, вещественные.

8. Коэффициент использования трудовых ресурсов:

- а) отношение планового количества работников к фактическому;
- б) отношение фактического количества работников к нормативному;
- в) фактически отработано дней одним работником к нормативу;
- г) отработано всего человеко-дней к нормативу;
- д) отношение нормативных затрат времени к фактическому.

9. Коэффициент затрат:

- а) отношение плановой производительности труда к фактической;
- б) отношение плановой производительности труда к индексу оплаты труда;
- в) индекс производительности труда делить на индекс оплаты труда;
- г) индекс производительности труда делить на фактический фонд оплаты труда;
- д) индекс оплаты труда делить на индекс производительности труда.

10. На предприятии работало 24 человека. Фактический годовой фонд рабочего времени составил 47328 человеко-часов. Ими произведено 140 тыс. штук товара. Трудоемкость единицы продукции составит:

- а) 5833;
- б) 1972;
- в) 2,95;
- г) 70,9;
- д) 0,33.

Демо-версия тестов
по направлению подготовки «Юриспруденция», магистерской
программы «Международное публичное право, европейское право»

1. Год образования ООН:
 - а) 1941;
 - б) 1945;
 - в) 1960.

2. Являются ли физические лица субъектами международного публичного права:
 - а) да;
 - б) нет.

3. Основной источник международного публичного права:
 - а) нормативный правовой акт;
 - б) правовой прецедент;
 - в) международный договор.

4. Каковы основные составляющие общего рынка?
 - а) свобода передвижения товаров, услуг, лиц и капиталов;
 - б) свобода передвижения товаров, услуг и капиталов;
 - в) свобода передвижения товаров, услуг, лиц и капиталов и недискриминация.

5. Таможенный союз – это:
 - а) отсутствие таможенных пошлин между государствами-членами;
 - б) общий таможенный тариф по отношению к третьим странам;
 - в) отсутствие таможенных пошлин между государствами-членами и
 - г) общий таможенный тариф по отношению к третьим странам.

6. Система общеобязательных, формально определенных правил поведения, регулирующих общественные отношения, гарантированных и санкционированных государством, называется
 - а) правом;
 - б) обязанностью;
 - в) свободой;
 - г) общественным интересом.

7. К признакам права относятся:
 - а) системность, общеобязательность, формальная определенность, связь с государством, волевой характер, регулятивность;
 - б) единство, всеобщность, целесообразность;
 - в) демократизм, централизм, самостоятельность;
 - г) связь с государством, волевой характер.

8. Какой из признаков является общим для норм права и норм морали?

- а) способность быть регулятором поведения людей;
- б) обеспеченность государственным принуждением;
- в) четкость формулировок;
- г) нет общих признаков.

9. Моральные нормы, нормы обычаев, традиции относятся:

- а) к социальным нормам;
- б) к техническим нормам;
- в) к политическим регуляторам;
- г) к правовым нормам.

10. Материально-правовой характер носят нормы права:

- а) гражданского, трудового, семейного, уголовного;
- б) конституционного, административного;
- в) уголовно-процессуального;
- г) финансового.

11. Публичное право – это совокупность отраслей права, регулирующих

- а) отношения, обеспечивающие общий интерес;
- б) отношения между обществом и его составляющими;
- в) отношения, обеспечивающие частные интересы, независимость и инициативу индивидуальных собственников и объединений в их имущественной деятельности и в личных отношениях;
- г) отношения между физическими и юридическими лицами.

12. Частное право – это совокупность отраслей права,

- а) регулирующих отношения, обеспечивающие частные интересы, независимость и инициативу индивидуальных собственников и объединений в их имущественной деятельности и в личных отношениях;
- б) обеспечивающих охрану правовой системы государства и общества;
- в) обеспечивающих отношения между частями государства;
- г) отношения между обществом и его составляющими.

13. Отрасль права представляет собой

- а) совокупность правовых норм, регулирующих качественно однородную сферу общественных отношений;
- б) совокупность законов, регулирующих разнородные общественные отношения;
- в) совокупность юридических норм, регулирующих определенный вид общественных отношений;
- г) устойчивую группу правовых норм, регулирующих определенную разновидность общественных отношений.

14. Институт права представляет собой

- а) упорядоченную совокупность юридических норм, регулирующих определенный вид общественных отношений;

б) совокупность правовых норм, регулирующих качественно однородную сферу общественных отношений присущим ей методом правового регулирования;

в) систему общеобязательных, формально определенных юридических норм, регулирующих общественные отношения, гарантированных и санкционированных государством;

г) совокупность законов, регулирующих разнородные общественные отношения.

15.К специальным отраслям права можно отнести

а) трудовое, земельное;

б) гражданско-процессуальное;

в) экологическое;

г) торговое.

Демо-версия тестов
по направлению подготовки «Менеджмент», магистерской программы
«Общего и стратегического менеджмента»

1. К принципам контроля в теории менеджмента не относится:
 - а) консервативность;
 - б) непрерывность;
 - в) эффективность;
 - г) всесторонность.
2. В практике менеджмента причины тотальной загруженности менеджера могут заключаться в (2 и более ответов):
 - а) отсутствии самоменеджмента;
 - б) снижении нормы управляемости;
 - в) делегировании полномочий;
 - г) длительных, неспланированных телефонных переговорах.
3. С точки зрения теории менеджмента коммуникации между руководителями одного уровня являются:
 - а) внешними;
 - б) внутренними;
 - в) вертикальными;
 - г) горизонтальными.
4. методы управления поощряют исполнительность, а не инициативу.
 - а) экономические;
 - б) неэкономические;
 - в) социально-психологические;
 - г) административные.
5. В теории мотивации К.Альдерфера удовлетворять потребности предполагается:
 - а) снизу вверх;
 - б) как снизу вверх, так и сверху вниз;
 - в) сверху вниз;
 - г) по диагонали.
6. Термин «стратегический» в теории менеджмента означает в первую очередь:
 - а) что решение проблемы затрагивает взаимоотношения фирмы с внешней средой;
 - б) степень важности решаемой проблемы;
 - в) степень срочности решаемой проблемы.
7. Реактивное управление – это управление:
 - а) по «слабым» сигналам;
 - б) по «сильным» сигналам;
 - в) по совокупности «сильных» и «слабых» сигналов.
8. Под стратегическими ресурсами фирмы понимают:
 - а) все виды ресурсов, которыми обладает фирма;
 - б) только те, которые непосредственно используются для достижения долгосрочных целей;

в) возможности, которыми обладает фирма для достижения стратегических целей.

9. Портфельные модели анализа стратегических альтернатив позволяют оценить настоящее и будущее положение фирмы с точки зрения:

- а) возможностей ресурсного обеспечения;
- б) привлекательности рынка и возможности конкурировать на нем;
- в) эффективности производства.

10. Конкурентную стратегию минимизации издержек обычно используют фирмы:

- а) крупные;
- б) средние;
- в) малые.

11. Основным достоинством ценообразования, ориентированного на спрос, является:

- а) избавление от риска неприятия цены рынком;
- б) сложность получения информации;
- в) нацеленность на определенные рыночные сегменты;
- г) доступность информации об издержках.

12. Поведенческим признаком сегментации является:

- а) покупательская приверженность;
- б) сельская местность;
- в) образование;
- г) пол.

13. Порядок включения затрат в себестоимость продукции регламентируется:

- а) руководством предприятия;
- б) производителем;
- в) государственными органами;
- г) потребителем.

14. Фактором объединения товаров в ассортиментную группу НЕ является:

- а) связь товаров по замыслу;
- б) продажа товаров определенным категориям потребителей, в определенных торговых точках, в общем диапазоне;
- в) связь товаров по схожим признакам;
- г) стадия жизненного цикла товаров продукции.

15. Если спрос эластичен по цене, то:

- а) цена и величина спроса изменяются на одинаковый процент;
- б) объем продаж существенно не изменяется при значительном изменении цены;
- в) объем продаж не меняется при изменении цены;
- г) объем продаж существенно изменяется при незначительном изменении цены.