

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель председателя приемной
комиссии ТГУ



Э.С. Бабошина
2017г.

ПРОГРАММА
вступительного испытания
«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА»
при приеме на обучение по программам магистратуры

38.04.02 Менеджмент

«Маркетинг в менеджменте»

Руководитель магистерской программы –
Пипко Елена Григорьевна, д-р экон. наук, доцент

«Управление инновациями»

Руководитель магистерской программы –
Криштал Михаил Михайлович, д-р физ.-мат. наук, профессор

«Государственное и муниципальное управление»

Руководитель магистерской программы –
Липинский Дмитрий Анатольевич, д-р юрид. наук, профессор

«Экономика и управление организацией»

Руководитель магистерской программы –
Сярдова Оксана Михайловна, канд. экон. наук, доцент

Тольятти, 2017

1. Пояснительная записка

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра менеджмента, определяемых действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Менеджмент».

В рамках подготовки к вступительному экзамену в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент» абитуриент должен:

Знать: сущность менеджмента; основные понятия, связанные с управленческой деятельностью; основные функции менеджмента; стили лидерства, формы власти, влияние групп в организации; систему управления персоналом, управление операционными системами, типы организационных структур.

Уметь: правильно использовать в своей деятельности основные функции менеджмента; осуществлять эффективные коммуникации; управлять персоналом и принимать эффективные решения; уметь выработать цели всех уровней и определять стратегические альтернативы.

Обладать навыками: эффективной организации коммуникационного процесса; эффективного принятия рационального управленческого решения.

1.1. Цель магистерской программы «**Маркетинг в менеджменте**» – подготовка высококвалифицированных специалистов в области управления маркетингом, независимо от их формы собственности и отраслевой принадлежности. Формирование компетенций согласно ФГОС ВО.

1.2. Цель магистерской программы «**Управление инновациями**» – подготовка высококвалифицированных специалистов в области управления инновациями, независимо от их отраслевой принадлежности.

1.3. Цель магистерской программы «**Государственное и муниципальное управление**» – подготовка специалистов в области государственного и муниципального управления, что позволит им эффективно решать вопросы в области разработки и реализации социально-экономических и организационных механизмов государственной и муниципальной службы, в том числе с приобретением профессиональных компетенций в сегменте управления социальными и экономическими программами развития

территорий, в вопросах взаимодействия государства и бизнеса, территориального маркетинга, кадрового менеджмента.

1.4. Цель магистерской программы **«Экономика и управление организацией»** – подготовка специалистов в области управления организациями и предприятиями независимо от их вида деятельности, формы собственности и отраслевой принадлежности.

Выпускник данной магистерской программы будет обладать компетенциями, обеспечивающими рациональное управление производственным и экономическим развитием организацией в следующих областях: организационно-управленческая; планово-экономическая; проектно-экономическая; финансово-экономическая; аналитическая; внешнеэкономическая; предпринимательская; научно-исследовательская; педагогическая.

1.5. Программа вступительного испытания по «Основы менеджмента» сформирована на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по программе бакалавриата 38.04.02 «Менеджмент».

2. Порядок проведения вступительного испытания

2.1. Вступительное испытание (экзамен) проводится в форме автоматизированного тестирования.

2.2. Тест включает в себя **50 вопросов**.

2.3. Вопросы соответствуют содержанию вступительного испытания.

2.4. Время тестирования – **90 минут**.

2.5. Абитуриент обязан иметь при себе документ, удостоверяющий личность и гражданство, а также пропуск, выданный приемной комиссией.

3. Содержание вступительного испытания

3.1. Модуль I. Общетеоретический блок

Историческое развитие и концептуальные основы менеджмента. Общая теория управления. Исторические тенденции развития менеджмента. Менеджмент как система управления организацией. Информационно-коммуникативное обеспечение менеджмента. Организационные структуры управления. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте. Управление человеком и управление группой. Стили управления. Власть и лидерство в менеджменте. Этика менеджмента. Производственный менеджмент.

3.2. Модуль II. Маркетинг в менеджменте

Сущность и принципы маркетинга. Содержание маркетинговой деятельности. Сегментирование рынка и позиционирование товара. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Теория потребностей и покупательское поведение. Комплексный анализ рынка. Управление маркетинговой деятельностью. Товарная и ассортиментная политика. Ценовая политика в условиях конкуренции. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Формирование сбытовой политики. Комплекс маркетинга. Оценка конкурентного положения и конкурентоспособность. Маркетинговая информация и система маркетинговых исследований.

3.3. Модуль III. Управление инновациями

Основные понятия в управлении инновациями. Модель процессов управления этапами инновационного проекта. Личная эффективность. Управление командой и лидерство. Мотивация персонала. Подбор персонала в НИР, ОКР, МИП. Основные понятия проектного управления. Инструменты планирования проекта. Планирование поставок. Управление рисками проекта. Бюджет проекта. Методы управления проектом. Маркетинг инновации. Исследование психологии поведения потребителей. Исследование рынка. Анализ удовлетворенности потребителей. Генерация бизнес-идеи. Формализация инновации. Покупка инновации. Бизнес-планирование внедрения инноваций. Коммерциализация инноваций. Постановка продукции на производство. Управление инновационным производством. Продвижение и продажи.

3.4. Модуль IV. Государственное и муниципальное управление

Предмет и метод административного права. Нормы административного права. Источники административного права. Административно-правовые отношения. Физические лица как субъекты административного права. Государственные органы исполнительной власти и исполнительно-распорядительные органы местного самоуправления как субъекты административного права. Государственные и муниципальные служащие как субъекты административного права. Коммерческие и некоммерческие организации как субъекты административного права. Формы государственного управления. Методы государственного управления. Административная ответственность.

3.5. Модуль V. Экономика и управление организацией

Предмет и метод экономической теории. Рыночная экономика. Спрос и предложение. Факторы экономического роста. Задачи и функции экономики организации. Формы собственности. Внутренняя среда организации. Ценовая политика. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Влияние трудовой мотивации управленческого персонала на эффективность деятельности организации. Методы разработки и принятия управленческих решений. Стратегическое и оперативное планирование производства. Основные функции планирования на предприятии. Методы управления персоналом, рациональная организация труда. Эффективное управление производством. Управление бизнес-процессами организации.

4. Критерии и нормы оценки

4.1. Вступительное испытание оценивается по **100-балльной шкале**.

4.2. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительных испытаний при приеме – **40**.

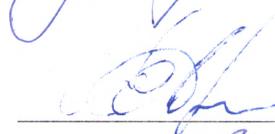
Разработчики программы:

Зав. кафедрой «Менеджмент организации»,
канд. экон. наук



С.Е. Васильева

Профессор кафедры «Конституционное и
административное право», профессор кафедры
«Менеджмент организации», д-р юрид. наук



Д.А. Липинский

Зав. кафедрой «Управление инновациями и
маркетинг, доцент, д-р техн. наук



Д.В. Антипов

Профессор кафедры «Управление инновациями и
маркетинг, доцент, д-р экон. наук



Е.Г. Пипко

Доцент кафедры «Менеджмент организации»,
доцент, канд. экон. наук



О.М. Сярдова

5. Рекомендуемая литература

1. Аветисян М.В. Менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие с тестовыми заданиями / М. В. Аветисян [и др.]. - Москва : Юриспруденция, 2012. - 243 с. - ISBN 978-5-9516-0362-3.
2. Богомолова А. В. Управление инновациями [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Богомолова ; Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники. - Томск : Эль Контент, 2012. - 143 с. - ISBN 978-5-4332-0048-7.
3. Герасименко В. В. Маркетинг-практикум [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / В. В. Герасименко ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 240 с. - ISBN 978-5-16-004744-7.
4. Герчикова И. Н. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / И. Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 511 с. - (Золотой фонд российских учебников). - ISBN 978-5-238-01095-3.
5. Годин, А. М. Брендинг : учеб. пособие / А. М. Годин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2012. – 184 с.
6. Годин, А. М. Маркетинг: учебник / А. М. Годин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2012. – 656 с.
7. Дорофеева Л. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. И. Дорофеева. - Саратов: Научная книга, 2012. - 191 с.
8. Дубровин. – 4-е изд.- М.: Дашков и К°, 2012. - 312 с. - ISBN 978-5-394-01475-8
9. Инновации [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Барышева [и др.] ; под общ. ред. А. В. Барышевой. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 380 с. - ISBN 978-5-394-01453-6.
10. Исаев Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Р. А. Исаев. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 263 с. - ISBN 978-5-394-01983-8.
11. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С. А. Ким. - Москва : Дашков и К°, 2015. - 258 с. - ISBN 978-5-394-02014-8.
12. Костина, А. В. Основы рекламы : учеб. пособие / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : КНОРУС, 2012. – 401 с.
13. Кузнецов, И. Н. Управление продажами : учебно-практ. пособие / И. Н. Кузнецов. – 2-е изд. – М. : Дашков и К°, 2012. – 492 с. – (Стратегия успешного бизнеса).

14. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: курс лекций / Ю. Н. Кулаков [и др.]. - Москва : МГСУ : ЭБС АСВ, 2014. - 119 с. - ISBN 978-5-7264-0852-1.
15. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под ред. И. М. Синяевой. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 384 с. - ISBN 978-5-9558-0183-4 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-004538-2 (ИНФРА-М).
16. Меликян, О.М. Поведение потребителей: учебник, 4-е изд / О.М. Меликян - М.: Дашков и К°, 2012. - 280 с. – ISBN 978-5-394-01043-9
17. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. – М. : Дашков и К°, 2013. – 362 с.
18. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2012. – 540 с.
19. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. – М. : Дашков и К°, 2013. – 284 с. – (Учебные издания для бакалавров).
20. Ромат, Е. В. Реклама : теория и практика : [учеб. для студентов экон. вузов] / Е. В. Ромат. - 8-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2013. - 505 с.: ил. - (Учебник для вузов) (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-496-00114-4 : 567-00.
21. Синяева, И. М. Практикум по маркетингу : учеб. пособие / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; под ред. проф. Л. П. Дашкова. – 4-е изд. – М. : Дашков и К°, 2012. – 239 с.
22. Стрелкова Л. В. Экономика и организация инноваций [Электронный ресурс]: Теория и практика : учеб. пособие / Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 235 с. - ISBN 978-5-238-02451-6.