

*Перечень тем для подготовки к вступительному испытанию по направлению  
38.04.02 Менеджмент (Высшая школа технологии и энергетики)*

**Раздел 1.**

**История развития науки «управление» и современная концепция менеджмента**

Место в системе современных знаний, специфика управленческой деятельности, современной проблемы управления. Возникновение научной теории управления, классификация подходов и школ управления, национально-региональные модели управления, истоки и тенденции развития российского управления.

**Инфраструктура менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации**

Содержание инфраструктуры менеджмента. Соотносительность субъекта и объекта управления, соответствие целей управления целям организации; внутренняя среда организации и ее переменные, организационная культура, реакции организации на изменения внешней среды, интеграционные процессы в менеджменте.

**Менеджеры, их место и роли в управлении**

Требования к личным и деловым качествам менеджеров. Менеджеры и топ менеджеры, их место и роли в управлении.

**Цели и функции управления**

Миссия как цель нулевого порядка. Содержание основных целей организации, «Дерево целей», классификация целей организации, управление по целям и результатам.

**Взаимосвязь и выделение функций управления**

Принятие управленческих решений. Методы управления организацией

Понятие и классификация управленческих решений, основополагающие элементы деятельности, условия и критерии принятия решений, процесс и реализация управленческих решений. Модели принятия решений.

**Стратегическое управление**

Понятие стратегического управления, его необходимость и особенности. Стратегия, ее элементы и уровни. Многообразие стратегий. Реализация стратегий. Процесс стратегического управления.

**Проектирование организационной структуры управления**

Понятие структуры управления и факторы ее определяющие. Построение вертикальной структуры: разделение труда, делегирование полномочий, норма управляемости, централизация и децентрализация, координирование. Механистическая и органическая модели организации.

**Коммуникации в организации**

Понятие и роль коммуникаций в управлении. Процесс коммуникаций, его элементы и этапы. Формы межличностных коммуникаций и их барьеры. Формы организационных коммуникаций, их барьеры. Типы коммуникационных сетей. Коммуникационные стили. Управление коммуникациями в организации.

### **Мотивация персонала в организации**

Мотивы деятельности человека и их роль в управлении, основные понятия процесса мотивации, факторы формирования мотивов труда; использование мотивации в практике менеджмента. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации.

Лидерство и стили управления в организации.

**Природа лидерства и личность менеджера.** Баланс власти и ее формы. Партнерское влияние. Эффективный стиль лидерства: подход с позиций личных качеств, поведенческий подход. Ситуационный подход и ситуационные теории лидерства. Лидерство женщин. Новое в теориях лидерства.

### **Управление конфликтами и стрессами**

Общее понятие конфликта. Типы и причины конфликтов в организации. Процесс развития конфликта. Методы разрешения конфликтной ситуации.

Причины стресса и снижение его уровня. Влияние конфликтов на управление.

### **Управленческий контроль**

Понятие контроля. Этапы процесса контроля. Формы управленческого контроля. Характеристики эффективного контроля и его поведенческие аспекты.

## **Раздел 2. Маркетинг**

### **Содержание и предмет маркетинга**

Исходные идеи, лежащие в основе маркетинга: нужда, потребность, спрос, обмен. Сделка как коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами. Виды сделок. Рынок как совокупность существующих и потенциальных покупателей товара. Рынок товаров и рынок услуг. Понятие о рынке продавца и рынке покупателя. Эволюция концепций маркетинга: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга.

### **Маркетинговая среда**

Понятие маркетинговой среды. Элементы микросреды маркетинга предприятия: поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты. Контактные аудитории. Формы конкуренции – функциональная, видовая, предметная, ценовая, неценовая. Типы контактных аудиторий (банки, акционеры, СМИ, гос. учреждения, общественность). Основные факторы макросреды предприятия: демографический, экономический, природный, политический, культурологический факторы и научно-технический прогресс.

## **Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации**

Система маркетинговой информации и ее составляющие. Система внутренней отчетности предприятия Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система анализа маркетинговой информации. Схема маркетингового исследования. Выявление проблем и формулирование целей исследования. Отбор источников информации. Методы исследования (наблюдение, эксперимент, опрос). Орудия исследования, способы связи с аудиторией. Анализ собранной информации и представление полученных результатов.

## **Комплексный анализ рынка**

Рынки индивидуальных потребителей. Рынок предприятий. Особенности спроса и покупательского поведения на потребительском рынке и рынке предприятий. Оценка емкости рынка. Потребительская и производственная потребность.

## **Сегментирование рынка**

Критерии сегментации для рынка товаров народного потребления и товаров производственного назначения. Выбор целевых сегментов рынка.

## **Планирование маркетинговой деятельности. Стратегии**

Методология разработки маркетинговой стратегии. Основные направления маркетинговой стратегии.

## **Разработка нового продукта**

Концепция продукта. Классификация продуктов по степени явности/очевидности характеристик: товары текущего спроса, товары длительного пользования, услуги. Классификация по типу пользователя: потребительские товары, товары индустриального/промышленного назначения. Классификация потребительских товаров. Классификация товаров промышленного назначения. Новые продукты и причины их провала на рынке. Процесс становления нового продукта: анализ стратегии организации, генерирование идей, анализ и оценка идей, бизнес-анализ, разработка, рыночное тестирование, коммерциализация.

## **Цены и ценообразование в маркетинге**

Цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Процесс установления цены: определение целей ценообразования компании и ценовых ограничений. Постановка задач ценообразования (обеспечение выживаемости, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по показателям доли рынка). Эластичность спроса по цене. Поле ценовых решений. Оценка издержек. Анализ цен товаров конкурентов. Установление цены на основе ощущаемой ценности товара потребителем. Психология ценовосприятия. Установление окончательной цены. Варианты ценовых стратегий и тактических решений.

## **Распределение товаров. Оптовая и розничная торговля**

Маркетинговый канал. Функции посредника. Понятие о канале распределения товаров и услуг. Прямые и косвенные каналы товародвижения, их достоинства и недостатки.

Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. Типы и число посредников. Розничные торговцы и их виды по критериям: число продуктовых линий, уровень цен, характер контакта с потребителем, месторасположение, форма собственности. Маркетинговое управление розничными операциями; розничный комплекс. Оптовые торговцы и их виды. Управление оптово-розничными операциями. Прямой маркетинг и его методы. Электронная коммерция.

### **Продвижение товаров**

Состав комплекса методов продвижения товара. Реклама и ее виды по критериям: предмет рекламы, масштаб целевой аудитории, по влиянию на тип спроса. Виды обращений, исполнение обращений. Выбор средства передачи рекламного сообщения: количественная и качественная оценка. Реализация и оценка рекламной кампании. Методы продвижения продаж, ориентирование на конечного потребителя: купоны, краткосрочное снижение цены, премии, соревнования, лотереи, образцы, показы и компенсации. Методы продвижения продаж, ориентированного на торговых посредников: зачеты и скидки, корпоративная реклама, обучение торгового персонала. Паблик рилейшинз: значение, содержание, методы и средства. Роль личных продаж в деятельности компании. Типы личных продаж: этапы и содержание. Управление отношениями с потребителями.

### **Организация службы маркетинга**

Основные требования к организации маркетинговой деятельности. Схемы организации службы маркетинга: функциональная, по товарам, по рынкам, смешанная. Цели и критерии оценки деятельности службы маркетинга.

### **Маркетинг услуг**

Сфера услуг и ее роль в экономике. Уникальность услуги: ее отличие от товара (неявность, неустойчивость, неотделенность от поставщика, несохраняемость). Содержание услуги в продукте. Классификация услуг. Покупка услуги. Особенности комплекса маркетинга услуг.

### **Международный маркетинг**

Причины ведения компаниями международного маркетинга. Этапы принятия решения о выходе на международные рынки. Факторы среды международного маркетинга. Стратегические аспекты ведения международного маркетинга; глобальные и индивидуальные марочные стратегии. Альтернативы ведения международных операций. Особенности разработки маркетингового комплекса для иностранного рынка: продукт, ценообразование, распространение, продвижение.

### **Маркетинговый аудит и контроль**

Эффективность дизайна и реализации маркетинговых решений. Цели, значение и объекты маркетингового аудита. Сферы и объекты, периодичность, длительность, исполнители. Маркетинговый контроль входных и выходных параметров маркетинга компании. Методы оценки продуктивности маркетинга. Корректировка маркетинговой деятельности по результатам контроля

### **Раздел 3. Экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности**

#### **Анализ производственных результатов**

Анализ динамики производства и реализации продукции. Анализ реализованной продукции. Оценка влияния факторов на изменение товарной продукции. Анализ выполнения задания по номенклатуре и ассортименту. Анализ качества продукции. Анализ показателей ритмичности работы предприятия.

#### **Анализ эффективности использования основных производственных фондов предприятия**

Анализ показателей технического состояния, движения и структуры основных фондов предприятия. Анализ эффективности использования основных фондов и ее влияние на изменение объема продукции. Анализ влияния факторов на изменение уровня фондоотдачи. Анализ использования машин и оборудования по времени и производительности.

#### **Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия**

Обеспеченность предприятия кадрами, оценка их состава и структуры. Анализ соответствия профессионального и квалификационного состава рабочих условиям производства. Анализ показателей движения и постоянства кадров. Анализ производительности труда. Анализ причин изменения ФОТ. Анализ структуры ФОТ. Анализ соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.

#### **Анализ себестоимости продукции**

Анализ затрат по экономическим элементам. Анализ себестоимости продукции по калькуляционным статьям затрат. Анализ себестоимости отдельных видов продукции. Анализ прямых материальных и трудовых затрат. Анализ расходов на обслуживание и управление производством. Анализ затрат на один рубль товарной продукции.

#### **Анализ экономических и финансовых результатов работы предприятия**

Общая оценка динамики прибыли. Анализ прибыли до налогообложения: динамики, состава, структуры. Анализ прибыли от продаж. Анализ прочих доходов и расходов. Анализ использования прибыли. Анализ показателей рентабельности и оценка влияния факторов на их изменение. Анализ деловой активности предприятия.

### **Раздел 4. Инновационный менеджмент**

#### **Инновационная деятельность, основные понятия и определения**

Возникновение и роль инноваций в современном производстве. Сущность инноваций. Понятие «новшество» и «инновация». Классификация инноваций.

#### **Инновационный менеджмент как научное и практическое явление.**

Инновационный менеджмент как система управления в эпоху научно-технического прогресса. Цель и задачи инновационного менеджмента. Роль государства в поддержке инновационных процессов.

### **Инновационный процесс и его основные этапы**

Жизненный цикл инновации. Этапы инновационного процесса. Ускорение инновационного процесса. Цикличность инновационного процесса (работы Н. Кондратьева).

Наука и научная деятельность. Состояние научных исследований в России.

Содержание научной деятельности. Система научных исследований. Развитие научной деятельности в России. Финансирование научных проектов. Управление научным персоналом.

### **Организационные структуры инновационной деятельности**

Организация управления инновациями. Микроэкономические структуры инновационной деятельности (малые инновационные фирмы и предприятия). Взаимодействие предприятий в рамках интегрированных инновационных структур (финансово-промышленные группы, консорциумы, альянсы, холдинги).

### **Выбор инновационной стратегии фирмы**

Определение и типы инновационных стратегий. Выбор инновационной стратегии фирмы в зависимости от тенденций развития мировой науки и техники. Портфель проектов. Выбор инновационной стратегии в зависимости от рыночных позиций фирмы.

### **Показатели эффективности инновационных проектов**

Использование показателей сравнительной экономической эффективности для отбора инновационных проектов. Общая (абсолютная) эффективность инновационных проектов.