

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

УТВЕРЖДЕНО
Проректор по учебной работе
_____ Д. И. Земцов
«_____» _____ 2016 г.

**Программа вступительного испытания в магистратуру
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,
образовательная программа
«Стратегическое управление в высокотехнологичной корпорации»**

Москва 2016

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа вступительного экзамена в магистратуру по направлению 38.04.02 Менеджмент составлена на основе требований к минимуму содержания и уровню подготовки по направлению 38.04.02 «Менеджмент». Программа включает основные разделы менеджмента, соответствующие уровню знаний бакалавра, знание которых необходимо для последующего освоения дисциплин магистерской программы. Вступительные испытания для поступающих в магистратуру охватывают все темы, приведенные в программе.

II. ЦЕЛЬ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Цель вступительного испытания – определить готовность и возможность поступающего освоить выбранную магистерскую программу.

Цель экзамена – формирование группы подготовленных и мотивированных для прохождения обучения в магистратуре по направлению 38.04.02 «Менеджмент» на основе выбора абитуриентов, обеспечивших наиболее полное и качественное раскрытие экзаменационных вопросов.

III. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

1) На отборочное испытание поступающие допускаются при наличии документа, удостоверяющего личность и гражданство (паспорта), и расписки в подаче документов.

2) Форма проведения отборочного испытания: устный экзамен, план-проспект диссертации.

Время подготовки к ответу – 40 минут.

Экзаменационный билет включает себя 1 теоретический вопрос и 1 задачу (ситуационную, бизнес-кейс и пр.) по курсам, вынесенным на вступительное испытание.

3) Критерии оценки:

Уверенный и полный ответ соискателя на один вопрос оценивается в 30 баллов. Ситуационная задача также оценивается в 30 баллов. По 15 баллов отводятся на оценку знания:

- основных понятий, концепций, теорий, законов и закономерностей;
- исторических и общенаучных составляющих темы.

Дополнительные 40 баллов (не более восьми баллов за каждый пункт) добавляются комиссией к оценке вопроса в случае, если соискатель:

- свободно владеет материалом;
- готов поддерживать дискуссию;
- обладает собственным мнением по рассматриваемому вопросу;
- в состоянии аргументировано отстаивать собственное мнение;
- приводит примеры из современной экономической ситуации в России и в мире.

По результату отборочного испытания поступающему выставляется оценка от нуля до 100 баллов. Минимальный положительный балл по 100-балльной системе составляет 40 баллов. Результаты отборочных испытаний ниже пороговых считаются неудовлетворительными.

На отборочном испытании использование справочной литературы, калькуляторов, персональных компьютеров, средств связи и прочих дополнительных источников информации запрещено.

Перед началом отборочного испытания поступающим сообщается время и место получения информации о полученных результатах.

Поступающий, нарушивший правила поведения на отборочном испытании, удаляется из аудитории без предупреждения.

У такого поступающего изымаются все экзаменационные материалы. Фамилия, имя, отчество удаленного из аудитории поступающего и причина его удаления заносятся в протокол проведения отборочного испытания.

Поступающий может покинуть аудиторию только тогда, когда он окончательно сдаст все экзаменационные материалы.

При проведении отборочного испытания вопросы поступающих по содержанию экзаменационных вопросов членами отборочной комиссии не рассматриваются. При обнаружении опечатки или другой неточности какого-либо задания отборочного испытания, члены экзаменационной комиссии обязаны отметить этот факт в протоколе проведения отборочного испытания. Экзаменационной комиссией будут проанализированы все замечания, при признании вопроса некорректным, он зачитывается поступающему, как выполненный правильно.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН, ВКЛЮЧЕННЫХ В ИСПЫТАНИЕ

На вступительные испытания для поступающих в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент» выносятся вопросы по следующим дисциплинам:

- «Экономическая теория»;
- «Теория организации»;
- «Основы менеджмента»;
- «Управленческие решения»;
- «Стратегический менеджмент»;
- «Инновационный менеджмент»;
- «Организационное поведение»;
- «Маркетинг»;
- «Коммуникационный менеджмент».

V. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИН, ВКЛЮЧЕННЫХ ВО ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ ИСПЫТАНИЯ

Раздел 1. Экономическая теория

Собственность, ее формы. Экономические и правовые аспекты собственности. Деньги. Денежное обращение. Роль финансовой, кредитной и фискальной систем в общественном воспроизводстве. Государственное регулирование рынка; рынки факторов производства. Национальная экономика, совокупный спрос и совокупное предложение, рыночное равновесие, конкуренция, поведение производителей и потребителей на рынке. Система национальных счетов. Макроэкономическое равновесие и проблемы его поддержания. Макроэкономическая нестабильность и ее основные формы. Экономические циклы. Безработица и инфляция. Потребление, сбережение, инвестиции. Рынок инвестиций. Эффективность инвестиций. Мировая экономика и экономический рост. Глобализация экономических процессов. Сравнительные экономические системы. Основы функционирования рыночного механизма. Виды рынков. Модель спроса и предложения. Функции спроса, дохода и эластичность. Модели совершенной, монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии. Определение условий эффективного производства. Анализ издержек. Мотив прибыли и другие цели предприятия.

Раздел 2. Теория организации

Организация как социально-экономическая система; социальная организация, хозяйственные организации; организация и управление; теория организации и ее место в системе научных знаний; закон синергии; закон информированности - упорядоченности; закон самосохранения; закон единства анализа /синтеза/; закон развития; законы композиции и пропорциональности; специфические законы социальной организации; принципы статической организации; принципы динамической организации; принципы рационализации; проектирование организационных систем; развитие организаторской и организационно-управленческой мысли; организационная культура; субъекты организаторской деятельности.

Раздел 3. Основы менеджмента

Общая теория управления. Закономерности управления различными системами. Управление социально-экономическими системами (организациями). Методологические основы менеджмента; инфраструктура менеджмента; социофакторы и этика менеджмента; интеграционные процессы в менеджменте; моделирование ситуаций и разработка решений; природа и состав функций менеджмента; стратегические и тактические планы в системе менеджмента; организационные отношения в системе менеджмента; формы организации системы менеджмента; мотивация деятельности в менеджменте; регулирование и контроль в системе менеджмента; динамика групп и лидерство в системе менеджмента; управление человеком и управление группой; руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента и имидж (образ) менеджера; конфликтность в менеджменте; факторы эффективности менеджмента.

История менеджмента. Природа управления и исторические тенденции его развития; условия и факторы возникновения и развития менеджмента; этапы и школы в истории менеджмента; разнообразие моделей менеджмента: американский, японский, европейский и др.; влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента; развитие управления в России; перспективы менеджмента: возможное и вероятное.

Раздел 4. Управленческие решения

Функции решения в методологии и организации процесса управления; типология управленческих решений; условия и факторы качества управленческих решений; модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения; целевая ориентация управленческих решений; анализ альтернатив действий; анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив; условия неопределенности и риска; приемы разработки и выборов управленческих решений в условиях неопределенности и риска; эффективность решений; контроль реализации управленческих решений; управленческие решения и ответственность.

Раздел 5. Стратегический менеджмент.

Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности; виды стратегий, стратегия предприятия, стратегическое управление; стратегический маркетинг; ситуационный анализ; формирование стратегических целей и стратегии предприятия; стратегия и техническая политика предприятия; стратегия внешнеэкономической деятельности; стратегия и организационная структура; стратегический потенциал организации; проектирование систем управления.

Раздел 6. Инновационный менеджмент.

Тенденции и разновидности развития, управление развитием; нововведения как объект инновационного управления; инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты; организация инновационного менеджмента; разработка программ и проектов нововведений; создание благоприятных условий нововведений; формы инновационного менеджмента; инновационные игры; прогнозирование в инновационном менеджменте; инновационный менеджмент и стратегическое управление.

Раздел 7. Организационное поведение.

Теории поведения человека в организации; личность и организация; коммуникативное поведение в организации; мотивация и результативность организации; формирование группового поведения в организации; анализ и конструирование организации; управление поведением организации; лидерство в организации; изменения в организации; персональное развитие в организации; управление нововведениями в организации; поведенческий маркетинг; организационное поведение в системе международного бизнеса.

Раздел 8. Маркетинг.

Роль маркетинга в экономическом развитии страны; товар в маркетинговой деятельности; комплексное исследование товарного рынка; сегментация рынка; комплекс маркетинга формирование товарной политики и рыночной стратегии; разработка ценовой политики; формирование спроса и стимулирование сбыта; стратегический маркетинг и его роль в сфере инноваций, организация деятельности маркетинговой службы.

Раздел 9. Коммуникационный менеджмент.

Общее понятие коммуникации. Процесс коммуникации. Коммуникационные сети. Типы коммуникационных сетей: «цепочка», «колесо», «кружок», «вертушка», «всеканалная». Рекламный менеджмент. Субъекты рекламного рынка. Сущность рекламного менеджмента. Общее и специфическое в рекламном менеджменте. Задачи рекламного менеджмента, функции рекламного менеджмента. Виды рекламного менеджмента. Роль отделов по связям с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии. Планирование и программирование работы PR-подразделения. Место PR-службы в разработке корпоративной стратегии. Коммуникационные стили. Типы коммуникационных стилей: «открытие себя», «реализация себя», «замыкание в себе», «защита себя», «торговля за себя». Преодоление коммуникационных барьеров: причины плохих коммуникаций. Пути преодоления коммуникационных барьеров. Особенности и тенденции развития рекламного бизнеса в России. Управление рекламным бизнесом: общая характеристика, уровни управления рекламным бизнесом. Реализация мероприятий медиабизнеса. Функциональная организация. Организация по производственному признаку. Организация по географическому принципу. Вербальная и невербальная коммуникация. Коммуникационные стили.

VI. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Раздел 1:

1. Амосова В.В., Гукасян Г.М. Экономическая теория / В.В. Амосова, Г.М. Гукасян. – М.: Эксмо, 2014. – 736 с.
2. Анисимов А.А., Артемьев Н.В. Макроэкономика / А. А. Анисимов, Н. В. Артемьев. –

М.: Юнити, 2013. - 600 с.

3. Гродских В.С. Экономическая теория / В.С. Гродских. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

4. Грязнова А.Г., Соколинский В.М. Экономическая теория: учебное пособие / А.Г. Грязнова, В.М.Соколинский. – М.: Кнорус, 2014. – 464 с.

5. Максимова В.Ф. Экономическая теория / В.Ф. Максимова. – М.: Юрайт, 2014. – 580 с.

6. Мэнкью Н.Г. Макроэкономика / Н.Г. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2014. – 560 с.

7. Николаева И.П. Экономическая теория / И.П. Николаева. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 328 с.

8. Слагода В.Г., Сибикин М.Ю. Экономическая теория / В.Г. Слагода, М.Ю. Сибикин. – М.: Форум, 2014. – 368 с.

Раздел 2:

1. Балашов А.П. Теория менеджмента. Учебное пособие.М: Вузовский учебник, 2013, - 208с.

2. Теория организации : учебник для академического бакалавриата / О. В. Русецкая, Л. А. Трофимова, Е. В. Песоцкая. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 391 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

3. Мильнер Б.З. Теория организации. Учебник, М.: Инфра-М, 2014, -810с.

Раздел 3:

1. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Менеджмент.3-е изд. М.: «Дело», 2013, -672 с.

2. Виханский О.С., Наумов А.И.. Менеджмент.6-е изд. М.:Инфра-М, 2014, -656 с.

3. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : Учебник / Р. А. Исаев. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 264 с.

4. Егоршин А. П. Основы менеджмента: Учебник/ЕгоршинаА.П., 3-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 350 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование:Бакалавриат).

5. Тихомирова О. Г. Менеджмент организации: теория, история, практика: Учебное пособие / О.Г. Тихомирова, Б.А. Варламов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 256 с.

Раздел 4:

1.Ивасенко А.Г., Никонова Я.И., Плотникова Е.Н. Разработка управленческих решений. Учебное пособие. Серия Бакалавриат. М.:ИздательствоКнорус, 2014, - 168 с.

2.Сендеров В.Л. Методы принятия управленческих решений : учеб.пособие / В.Л. Сендеров, Т.И. Юрченко, Ю.В. Воронцова, Е.Ю. Бровцина. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 227 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

3. Бережная Е. В.Методы и модели принятия управленческих решений: Учебное пособие / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с.

Раздел 5:

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание./ Пер. с англ. под ред. Петрова А.Н. – СПб.: Питер, 2011. – 311с.

2. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 320 с

3. Новичков В. И. Стратегический менеджмент / Новичков В.И., Дембовский В.Р., Виноградова И.М. - М.:Дашков и К, 2015. - 202 с.

Раздел 6:

1. Голубков Е.П. Инновационный менеджмент. М.: Инфра-М, 2013, -190с.

2. Грибов В.Д., Никитина Л.П. Инновационный менеджмент.Учебное пособие. М.:

Инфра-М, 2012, -311с.

3. Якобсон А.Я., Кириллова Т.К. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. Изд-во Омега-Л, 2014. – 192 с.

Раздел 7:

1. Оксина К. Э. Организационное поведение. Учебник. М.: Кнорус, 2016, -472 с.

2. Петросян Д.С., Фаткина Н.Л. Организационное поведение. Новые направления теории. М.: Инфра-М, 2013, - 272 с.

Раздел 8:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс. 2015. -496 с.

2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М.: Альпина Паблишер, 2016, -211с.

3. Наумов В. Н. Стратегический маркетинг: Учебник / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 272 с.

4. Маркетинг. Учебник. Под ред. проф. И.В. Липсица. Изд-во ГЭОТАР-Медиа.2012.–576 с.

Раздел 9:

1. Крылов А. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. Учебное пособие. Изд-во Икар, 2015. -352 с.

2. Пашенцев Е.Н. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. Современные технологии глобального влияния и управления. Международный центр социально-политических исследований и консалтинга, Сам Полиграфист. 2014. -480 с.

3. Лашкова Е.Г., Куценко А.И. Организация и проведение коммуникационных кампаний. Учебник. Изд-во Академия. 2014. -272 с.