

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор ТУСУР

В.М. Рулевский

« 30 » 10 2020 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

для поступающих в магистратуру по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

Томск 2020

В.М. Рулевский

Лист согласования

Программа составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры **Менеджмента** протокол от «31» августа 2020 г. № 8.

Программа согласована с факультетом, выпускающими кафедрами направления подготовки.

Декан ЭФ



А.В. Богомолова

Зав. кафедрой менеджмента



М.А. Афонасова

1. Общая часть

Программа вступительного собеседования в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952.

Программа содержит перечень тем для вступительных испытаний и список рекомендуемой литературы для подготовки.

Вступительные испытания предназначены для определения теоретической и практической подготовленности поступающего в магистратуру абитуриента, и проводятся с целью определения соответствия знаний, умений и навыков требованиям обучения в магистратуре по направлению подготовки.

2. Дисциплины, включенные в программу вступительных испытаний в магистратуру

- Менеджмент;
- Маркетинг;
- Экономика предприятия.

3. Содержание программы вступительного испытания по направлению 38.04.02 - Менеджмент

3.1. Программа дисциплины «Менеджмент»

1. Сущность процессного подхода к менеджменту
2. Ситуационная концепция менеджмента, ее сущность и особенности
3. Характеристика системной концепции менеджмента
4. Основные требования, предъявляемые к современному руководителю 1. Методы менеджмента, их сравнительная характеристика
5. Теории руководства.
6. Власть, влияние, полномочия.
7. Коммуникации в менеджменте. Барьеры общения.
8. Типы совещаний. Управление совещаниями.
9. Принятие управленческих решений. Критерии качества решения.
10. Процесс планирования. Этапы процесса планирования. Стратегическое планирование
11. Системы управления человеческими ресурсами.
12. Основные стратегические ресурсы организации и их значение для ее развития
13. Управление командами. Роли в командах. Изучение динамики команд.
14. Управление конфликтами. Признаки конфликтов. Источники межличностных конфликтов в организации. Стратегии разрешения конфликтов.
15. Мотивация персонала. Гипотезы менеджеров о поведении людей.
16. Типы организационных структур. Их достоинства и недостатки.
17. Состав и характеристика внутренней среды организации
18. Организационная культура. Типы организационных культур. Культура и ценности.
19. Управление изменениями. Диагностика потребности в изменениях. Сопротивление изменениям. Стратегии преодоления сопротивления. Осуществление изменений.

Рекомендуемая литература

1. Одинцов, А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04814-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453045>.

2. Основы менеджмента: учебное пособие /сост. Гвоздев Н.Н., Древаль А.Н.- Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. - 188 с. / http://portal.tpu.ru/SHARED/d/DREVAL/forstudents/Men/Textbook_Osn_MEN_Gvozdev_Dreval.pdf

3. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450097>.

3.2. Программа дисциплины «Маркетинг»

1. Маркетинг как рыночная концепция управления фирмой. Роль и значение маркетинга.

2. Внешняя среда маркетинга. Социальные, технологические, экономические, политические факторы внешней среды. Конкурентное окружение.

3. Маркетинговая смесь. Модель 4Р. Ориентация на потребителя. Внешние и внутренние потребители. Потребители как активы организации. Определение маркетинга.

4. Покупатели. Классификация потребностей. Модель принятия решения о покупке.

5. Сегментирование рынка. Критерии сегментации. Выбор целевых сегментов.

6. Позиционирование товаров на рынке. Торговля с организацией, распределение ролей в «покупающем центре».

7. Система маркетинговой информации. Сбор данных. Источники вторичных данных. Качественные и количественные методы получения первичных данных. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка.

8. Товар в маркетинге. Жизненный цикл товара. Портфель товаров и услуг (матрица Бостонской консультативной группы). Разработка нового товара.

9. Ценообразование. Установление начальной цены. Анализ цен и предложений конкурентов.

10. Стратегии ценообразования. Стратегии для существующих товаров. Стратегии для новинок. Тактики определения цены. Изменение цен.

11. Маркетинговые коммуникации. Основные вопросы рекламной компании. Выбор средств коммуникации.

12. Рекламное объявление. Действие рекламы на аудиторию. Эмоциональное содержание и обещание выгоды. Использование стереотипов. Виды рекламной продукции. Связи с общественностью.

13. Система сбыта. Управление поставками. Общая схема поставок. Работа с посредниками. Управление каналами распределения.

14. Управление маркетингом. Анализ текущей ситуации. Обзор собственной маркетинговой деятельности. Анализ отношений с потребителями.

15. Маркетинговый бюджет. Принципы планирования маркетингового бюджета. Направления оптимизации маркетингового бюджета компании.

Рекомендуемая литература

1. Афонасова, М. А. Маркетинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] / М. А. Афонасова. — Томск: ТУСУР, 2015. — 106 с. — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/5564>.

2. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2014.- 336 с.

3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450620>.

4. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450037>.

3.3. Программа дисциплины «Экономика предприятия»

1. Предприятие в условиях рыночной экономики.
2. Производственная программа предприятия. Производственная мощность предприятия.
3. Производственные ресурсы предприятия.
4. Понятие активов предприятия и их классификация.
5. Показатели эффективности использования основных производственных фондов.
6. Оборотные средства. Показатели эффективности использования оборотных средств предприятия.
7. Трудовые ресурсы предприятия. Показатели использования трудовых ресурсов.
8. Структура и численность кадрового состава предприятия. Производительность труда и трудоемкость.
9. Оплата труда. Формы и системы оплаты труда.
10. Издержки производства и себестоимость продукции. Факторы и пути снижения себестоимости.
11. Финансовые результаты экономической деятельности предприятия.
12. Показатели эффективности деятельности предприятия.

Рекомендуемая литература

1. Афонасова М.А. Экономика предприятия: Учебное пособие. - Томск: Эль Коньент, 2014. - 146 с.
2. Полянин А.В., Строева О.А. Экономика предприятия: учебное пособие. - Орел: Издательство ОФ РАНХиГС, 2015. - 36 с. / <https://docplayer.ru/67866325-Ekonomika-predpriyatiya-uchebnoe-posobie.html>