

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого»
(ТГПУ им. Л.Н. Толстого)

ПРОГРАММА

вступительного экзамена в магистратуру

по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

направленность (профиль) **«Управление процессами и ресурсами»**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа вступительных испытаний в магистратуру по направлению «Менеджмент» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент», «Управление процессами и ресурсами», квалификация – магистр для бакалавров и требованиями по приему в магистратуру по направлению «Менеджмент», программа «Управление процессами и ресурсами».

Она включает в себя программы курсов в соответствии с программой подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент», профиль «Управление процессами и ресурсами».

Требования к обязательному минимуму содержания основной образовательной программы подготовка бакалавра по данному направлению определены в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования подготовки бакалавра по направлению по направлению «Менеджмент», профиль «Управление процессами и ресурсами».

Важнейшие элементы программы отражают различные аспекты развития экономики в России и за рубежом, исходя из культурно-исторических, экономических, политических, правовых и др. предпосылок развития идей экономической помощи и социально-экономической защиты населения в том или ином обществе и современных тенденций развития экономической сферы.

В связи с этим в программе вступительных испытаний в магистратуру определены требования, предъявляемые к знаниям экзаменующихся. Данные программные требования концентрируются в следующих вопросах программы:

1. Вопросы, содержание которых предполагает знание экономической теории.
2. Вопросы, связанные с содержанием прикладных дисциплин, определяющих проблемное поле направления подготовки магистров по направлению «Менеджмент», программа «Управление процессами и ресурсами».

Подобная структура программы дает возможность сориентировать экзаменующихся в вопросах теории и методов экономических наук и менеджмента.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Основы менеджмента

Методологические основы менеджмента: предмет и методы, законы, закономерности и принципы в менеджменте; менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента; школы менеджмента. Организационные структуры: типы организационных структур. Функции менеджмента:

планирование (стратегические и тактические планы); организация; мотивация; контроль, учет и анализ. Теория принятия решений: процесс принятия решений, методы принятия управленческих решений; эффективность управленческих решений. Коммуникации в менеджменте: этапы и стадии коммуникационного процесса; способы сбора, обработки, передачи и получения информации; преграды и причины неэффективной коммуникации. Руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента; управление конфликтами. Коллектив: формальные и неформальные организации; методы формирования высокоэффективного коллектива. Ресурсное обеспечение менеджмента: материальная база менеджмента; кадровый потенциал; информационный потенциал.

Экономическая теория

Введение в экономическую теорию. Блага. Потребности, ресурсы. Экономический выбор. Экономические отношения. Экономические системы. Основные этапы развития экономической теории. Методы экономической теории.

Микроэкономика. Рынок. Спрос и предложение. Потребительские предпочтения и предельная полезность. Факторы спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Эффект дохода и эффект замещения. Эластичность. Предложение и его факторы. Закон убывающей предельной производительности. Эффект масштаба. Виды издержек. Фирма. Выручка и прибыль. Принцип максимизации прибыли. Предложение совершенно конкурентной фирмы и отрасли. Эффективность конкурентных рынков. Рыночная власть. Монополии. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Антимонопольное регулирование. Спрос на факторы производства. Рынок труда. Спрос и предложение труда. Заработная плата и занятость. Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции. Рынок земли. Рента. Общее равновесие и благосостояние. Распределение доходов. Неравенство. Внешние эффекты и общественные блага. Роль государства.

Макроэкономика. Национальная экономика как целое. Кругооборот доходов и продуктов. ВВП и способы его измерения. Национальный доход. Располагаемый личный доход. Индексы цен. Безработица и ее формы. Инфляция и ее виды. Экономические циклы. Макроэкономическое равновесие. Совокупный спрос и совокупное предложение. Стабилизационная политика. Равновесие на товарном рынке. Потребление и сбережения. Инвестиции. Государственные расходы и налоги. Эффект мультипликатора. Бюджетно-налоговая политика. Деньги и их функции. Равновесие на денежном рынке. Денежный мультипликатор. Банковская система. Денежно-кредитная политика. Экономический рост и развитие. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и торговая политика. Платежный баланс. Валютный курс.

Маркетинг

Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Теория потребительского поведения. Типы рынков и маркетинговая деятельность компаний. Среда маркетинга. Сегментация рынка. Анализ потребителей; анализ конкурентов. Виды и назначение маркетинговых

исследований. Товарная и марочная политика. Виды ценовых решений в маркетинге. Виды и выбор каналов распределения. Формы активного продвижения товаров; реклама. Имидж; планирование, организация и контроль маркетинга на предприятии. Области применения маркетинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. 8-е изд. – М.: Вильямс, 2007.
2. Басовский Л.Е. Басовская Е.Н. Макроэкономика. – М.: ИНФРА-М, 2011.
3. Басовский Л.Е. Басовская Е.Н. Микроэкономика. – М.: ИНФРА-М, 2011.
4. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Маркетинг. – М.:ИНФРА-М, 2011.
5. Басовский, Л.Е. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2012.
6. Басовский, Л.Е. Маркетинг. – М.: ИНФРА-М, 2012
7. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2011.
8. Друкер П. Менеджмент. – М.: Вильямс, 2008.
9. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. – М.: Вильямс, 2004.
10. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2011.
11. Курс экономической теории / Под ред. М.Н. Чепурина и Е.А. Киселовой. - Киров: АСА, 2009.
12. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.,: Дело, 2009.
13. Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс. – СПб.: Питер, 2009
14. Переверзев М.П. Шайденко Н.А. Басовский Л.Е. Менеджмент. – М.: Инфра-М, 2012.

КРИТЕРИИ ОТВЕТА НА ВСТУПИТЕЛЬНОМ ЭКЗАМЕНЕ В МАГИСТРАТУРУ

Экзамен проходит в форме тестирования, в котором имеются 3 блока вопросов экономической теории, менеджмента и маркетинга. Все вопросы предполагают выбор одного правильного ответа.

Тест состоит из 20 заданий, которые представлены в двух вариантах. Правильно выбранный ответ на тестовые задания оценивается в 5 баллов, таким образом, максимальное количество баллов в этой части теста – 100 баллов.

Положительными считаются результаты экзамена, если поступающий набирает 40 и более баллов.