

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Зам. проректора по учебной работе
_____ Е.С. Авраменко
«__» _____ 2018 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ

Перечень сведений о программе вступительных экзаменов в магистратуру	Учетные данные
Образовательная программа Управление развитием бизнеса	Код ОП 38.04.02/01.02
Направление подготовки Менеджмент	Код направления и уровня подготовки 38.04.02
Уровень подготовки Магистр	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: № 322 от 30.03.2015 года

Екатеринбург, 2018

Программа составлена в соответствии с Федеральным Государственным стандартом высшего образования.

Код направления подготовки: 38.04.02

Название направления подготовки: Менеджмент

Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: № 322 от 30.03.2015 года.

Программа вступительных испытаний в магистратуру составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра / департамент
1	Акбердина В.В.	д.э.н.	профессор	Региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Рекомендовано:

учебно-методическим советом Института государственного управления и предпринимательства

Протокол № 7 от 28.03.2018 г.

Директор ИГУП _____ А.К. Ключев

АННОТАЦИЯ:

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент», определяемых действующим Государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Экзамен является многокомпонентным и проводится в соответствии с Регламентом проведения вступительных испытаний на образовательные программы магистратуры в Институте государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (утвержден решением Учебно-методического совета ИГУП УрФУ, протокол №7 от 29.03.2017).

Цель экзамена – формирование группы подготовленных и мотивированных для прохождения обучения в магистратуре по направлению 38.04.02 «Менеджмент» слушателей на основе выбора абитуриентов, наиболее успешно прошедших процедуру вступительных испытаний.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными телефонами и любым другим электронным оборудованием. Обращаем внимание абитуриентов на то, что черновики экзаменационной работы ни во время её проверки, ни во время апелляции не рассматриваются.

Вступительный экзамен включает следующие этапы:

Этап 1. Независимое компьютерное тестирование (далее – тестирование) по направлению подготовки образовательной программы магистратуры (max 70 баллов).

Этап 2. Собеседование о причинах выбора образовательной программы, направления подготовки, на котором рассматривается в том числе портфолио поступающего (max 30 баллов).

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «МЕНЕДЖМЕНТ», ПРОГРАММА «УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА»

1.1. Цели программы

Цель вступительного междисциплинарного экзамена в магистратуру – оценка уровня подготовки абитуриентов для прохождения обучения в магистратуре по направлению «Менеджмент» на основе оценки их компетенций.

1.1.1. Оценка уровня компетенций абитуриентов, поступающих по очной форме обучения, проводится в два этапа:

Этап 1. Независимое компьютерное тестирование (далее – тестирование) по направлению подготовки образовательной программы магистратуры.

Этап 2. Собеседование о причинах выбора образовательной программы, направления подготовки, на котором рассматривается в том числе портфолио поступающего.

Максимальное количество баллов, которое можно набрать на каждом этапе, определяется таблицей 1.

Таблица 1

Этапы	Этап 1	Этап 2	Итого
Распределение баллов	70	30	100

1.1.2. Оценка уровня компетенций абитуриентов, поступающих по очно-заочной форме обучения, проводится в два этапа:

Этап 1. Независимое компьютерное тестирование (далее – тестирование) по направлению подготовки образовательной программы магистратуры.

Этап 2. Собеседование, в котором рассматриваются мотивы выбора направления подготовки и образовательной программы, а также оценивается портфолио поступающего.

Максимальное количество баллов, которое можно набрать на каждом этапе, определяется таблицей 2.

Таблица 2

Этапы	Этап 1	Этап 2	Итого
Распределение баллов	70	30	100

В случае, если абитуриент поступает сразу на несколько образовательных программ магистратуры Института, он проходит испытания один раз в рамках одного направления подготовки. Перезачет баллов за вступительный экзамен на программы разных направления подготовки не допускается.

1.2. Содержание и организация тестирования

1.2.1. Целью проведения тестирования является объективная оценка знаний студента по направлению магистерской подготовки.

1.2.2. База вопросов по каждому направлению содержит 100 вопросов.

1.2.3. Тестовое задание содержит 40 вопросов, отражающих все разделы программы вступительного экзамена.

1.2.4. В состав теста входят следующие типы вопросов:

- закрытого типа с одним правильным ответом из четырех вариантов ответа;

- закрытого типа с несколькими правильными ответами из четырех предложенных;
- вопросы на соответствие;
- открытые вопросы.

1.2.5. Тестирование проводится в компьютерных классах института.

1.2.6. Проведением тестирования занимается отдел информационных технологий обучения и управления института. Ответственность за проведение тестирования несет начальник отдела. Контроль проведения тестирования осуществляет ответственный секретарь отборочной комиссии института либо его заместитель.

1.2.7. Тестирование проводится в период приемной кампании не реже 1 раза в две недели по каждому направлению подготовки. График проведения тестирования включается в общий график проведения вступительных испытаний, который утверждается директором института. Длительность проведения теста определяется в программе вступительного экзамена и не может превышать 2 академических часов.

1.2.8. Допуск в аудиторию во время проведения тестирования посторонним запрещен, кроме сотрудников института. Допуск в аудиторию поступающих осуществляется при наличии расписки в подаче документов в Приемную комиссию университета и паспорта.

1.2.9. На тестировании поступающим запрещается пользоваться любыми собственными электронными устройствами, литературой, информационными ресурсами в Интернет.

1.2.10. После проведения тестирования начальник отдела информационных технологий обучения и управления готовит и передает протоколы с результатами тестирования на каждого поступающего в отборочную комиссию института не позже следующего после тестирования дня. Ответственный секретарь отборочной комиссии института размещает результаты тестирования на сайте института в течение 1 дня с момента их получения.

1.2.11. Апелляции по итогам тестирования не принимаются. Апелляции, связанные с нарушением процедуры проведения тестирования, принимаются на следующий день после тестирования отборочной комиссией института и рассматриваются в порядке, установленном в университете. По решению апелляционной комиссии может быть назначено повторное тестирование.

1.3. Организация собеседования

1.3.1. Целью собеседования является проверка аналитических способностей поступающего, умения излагать свои мысли, грамотности, культуры речи. При проведении собеседования поступающий должен предоставить свое портфолио, в которое в обязательном порядке должно входить мотивационное письмо. В письме поступающий должен объяснить, почему он хочет учиться на данной образовательной программе. Объем письма – 250-300 слов. Также портфолио может включать другие документы на усмотрение поступающего (дипломы, грамоты, сертификаты, соответствующие направлению обучения, копия трудовой книжки по профессии, соответствующей направлению подготовки и т.д.).

Баллы за собеседование выставляются на основании следующих критериев:

- портфолио поступающего (максимум 15 баллов);
- ответы на вопросы комиссии (максимум 5 баллов);
- логика изложения своих мыслей (максимум 5 баллов);
- грамотность речи и словарный запас (максимум 5 баллов).

1.3.2. Собеседование проводится минимум 1 раз в месяц. Точный график проведения собеседований обнародуется до 20 июня.

1.3.3. После проведения собеседования председатель экзаменационной комиссии либо ее секретарь передает протоколы, включающую суммарную оценку согласно всем этапам вступительного экзамена, в отборочную комиссию института.

1.3.4. Ответственный секретарь отборочной комиссии института размещает результаты собеседования на сайте института в течение 1 дня с момента их получения.

1.3.5. Апелляции по итогам собеседования не принимаются. Апелляции, связанные с нарушением процедуры проведения собеседования, принимаются на следующий день после проведения собеседования отборочной комиссией института и рассматриваются в порядке, установленном в университете. Апелляционная комиссия рассматривает апелляции в присутствии поступающего. Апелляционная комиссия может, как удовлетворить апелляцию, назначив повторное собеседование, так и отказать в удовлетворении апелляции.

1.4. Объявление результатов вступительного экзамена

1.4.1. Результаты промежуточных этапов выставляются на сайте института в сроки, установленные в пп. 1.2.10, 1.3.4.

1.5.2. Итоговые протоколы с суммарными результатами вступительного экзамена по каждому направлению подготовки передается ответственным секретарем отборочной комиссии института в Центр нового приема УрФУ.

1.5.3. Итоговые результаты публикуются на официальном сайте университета Приемной комиссией, согласно установленным в университете срокам.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

БЛОК 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 1. Сущность и содержание менеджмента

Различные подходы к определению понятия «менеджмент». «Менеджмент» и «управление»: соотношение понятий. Менеджмент как наука, искусство, вид деятельности. Менеджмент как целенаправленное воздействие. Менеджмент как процесс реализации функций. Менеджмент как процесс подготовки, принятия и реализации управленческих решений. Менеджмент, информационный процесс и работа с людьми. Уровни менеджмента. Типология менеджмента.

Тема 2. Эволюция управленческой мысли, этапы, научные школы.

Предпосылки возникновения науки менеджмента. Основные направления развития управленческой мысли. Зарубежные школы управления: научного управления, классическая административная, человеческих отношений, социальных систем и др. Сущность и содержание системного подхода, организация как открытая система. Ситуационный подход в менеджменте. Теория Z. Организационная культура как мощный рычаг менеджмента. Маркетинг как концепция управления. Особенности развития теории и практики менеджмента в различных странах. Американская и японская модели: их основные характеристики, сопоставительный анализ моделей. Проблемы и тенденции развития менеджмента в XXI веке. Новые концептуальные подходы к менеджменту в XXI веке.

Тема 3. Принципы менеджмента

Природа принципов менеджмента и их значение в теории и практике. Различные подходы к определению состава принципов менеджмента. Состав и содержание основных принципов менеджмента. Сущность принципов, сформулированных различными научными школами и направлениями. Вклад Ф.У.Тейлора, А.Файоля, Г.Форда, Г.Эмерсона, Э.Мэйо, П.Дракера, Ли Якокки и других теоретиков и практиков менеджмента в разработку принципов менеджмента. Состав и содержание основных принципов менеджмента современной организации.

Тема 4. Организация как объект менеджмента

Роль организации в обществе. Создание, функционирование и развитие организации как объекта менеджмента. Жизненный цикл организации. Управляющая и управляемая

системы в организации. Принципы построения организации как социально – экономической системы: принцип системности, принцип обратной связи, принцип иерархичности, принцип необходимого разнообразия. Внутренняя среда организации: понятие, факторы, основные характеристики, их взаимосвязь и взаимозависимость. Внешняя среда организации. Ее значение в деятельности организации. Характеристика внешней среды. Основные факторы внешней среды и их взаимовлияние. Среда прямого и косвенного воздействия. Связь между внешней и внутренней средой организации. Классификация организаций. Виды и характеристики организаций, осуществляющих производственно – хозяйственную и инновационную деятельность. Интеграция организаций: понятие, виды. Правовая регламентация различных видов хозяйственных организаций в соответствии с российским законодательством.

Тема 5. Цели менеджмента

Понятия: «цель», «целеполагание». Значение целеполагания. Миссия, цели, ценности организации. Значение миссии организации. Требования, предъявляемые к миссии. Цели организации, цели менеджмента, цели менеджеров, их соотношение, взаимосвязь, взаимовлияние. Цель как интегрирующий фактор в менеджменте. Соотношение целей и средств в процессе менеджмента. Требования к целям. Классификация целей менеджмента. Методологические основы определения целей менеджмента (моделирование целей менеджмента). Метод структуризации целей, «дерево целей». Управление по целям и результатам: понятие и характеристика систем управления по целям и результатам.

Тема 6. Функции менеджмента

Понятие и природа функций менеджмента, их роль и место в теории и практике. Классификация функций менеджмента. Общие функции, менеджмента: планирование, организация, координация, учет, контроль, анализ, мотивация. Их особенности, состав и содержание. Интегрирующая роль общих функций менеджмента. Конкретные функции менеджмента. Взаимосвязь общих и конкретных функций. Соотношение функций на различных уровнях системы менеджмента организации. Централизация и концентрация функций управления. Изменение состава и содержания функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.

Тема 7. Мотивация как функция менеджмента

Потребности и интересы как основа мотивации. Понятие и роль мотивации в менеджменте. Классификация мотивов. Содержательные и процессуальные теории мотивации: пирамида А. Маслоу, теория Д. МакКлелланда.

Двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга, теория «Х» и «У» Д. МакГрегора, теория ожиданий В. Врума, теория справедливости, комплексная модель мотивации Портера-Лоулера. Их характеристика. Особенности применения теорий мотивации в практике российского менеджмента. Формы мотивации в российских организациях.

Тема 8. Стратегический менеджмент как концепция управления

Причины возникновения и сущность концепции стратегического менеджмента. Стратегия и тактика менеджмента: понятие, соотношение и соответствие. Разработка стратегии и ее согласование с возможностью тактических решений. Определение миссий и целей организации. Стратегический анализ. Модель «пяти сил» М. Портера. SWOT – анализ. Разработка стратегических альтернатив. Разновидности стратегии в менеджменте организации. Формирование портфеля стратегий. Основные факторы, определяющие выбор стратегических альтернатив. Реализация стратегии. Стратегический контроль.

Тема 9. Организационные структуры управления

Понятие «организационная структура управления». Основные элементы организационной структуры управления: звенья, ступени и связи. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Централизация и децентрализация управления. Сущность делегирования полномочий и ответственности. Генезис структур управления. Основные виды организационных структур управления, их характеристика и условия применения. Жесткие и гибкие организационные структуры управления, иерархические и органические организационные структуры управления. Формальные и неформальные организационные структуры управления.

Тема 10. Лидерство и стиль в менеджменте

Понятие «лидерство». Природа лидерства. Лидер: его качества и функции. Лидерство и менеджмент. Менеджер и лидер. Формальное и неформальное лидерство. Эволюция теории лидерства. Современные теории лидерства и их характеристика. Роль лидерства в повышении эффективности менеджмента. Проявление лидерства в стиле менеджмента. Стиль менеджмента: понятие и сущность. Типология стилей менеджмента. Континуум стилей руководства. Факторы, влияющие на стиль менеджмента. Стиль работы и стиль руководства менеджера. Параметры оценки стиля менеджмента. Основные типы стилей менеджмента и их характеристика. Тенденции развития стиля менеджмента.

Тема 11. Организационная культура

Понятие «организационная культура». Роль организационной культуры в повышении эффективности деятельности организации. Содержание организационной культуры. Основные характеристики, параметры, функции и элементы организационной культуры. Типология организационной культуры. Сильная и слабая организационная культура. Факторы определяющие организационную культуру. Руководитель и организационная культура. Управление формированием, поддержанием и изменением организационной культуры: возможность и необходимость, процесс управления и его особенности, принципы и методы управления.

Рекомендуемая литература по БЛОКУ 1

1. Дафт Р.Л. Теория организации. М: Юнити-Дана, 2012.
2. Теория организации : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Попова, К. В. Решетникова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 338 с.
3. Теория организации и организационного поведения. Учебник / В.Р. Веснин. М.: Издательство Проспект, 2014. – 470 с.
4. Теория организации : учебное пособие / Е.П. Третьякова. — 3-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2014. — 224 с.
5. Теория организации. Учебное пособие / Л.С. Ружанская, А.А. Яшин, Ю.В. Солдатов. Издательство Уральского Университета, Флинта, 2016. – 200 с.

БЛОК 2. ЭКОНОМИКА

Тема 1. Экономическая теория.

Объект и предмет экономической теории. Потребности, их виды и структура. Производство, факторы производства. Ограниченность ресурсов и проблема экономического выбора. Оптимальность по Парето. Основы теории товарного хозяйства. Понятие товарного хозяйства, условия его появления. Понятие частной собственности, виды и направления

развития. Общественное разделение труда: уровни, виды и развитие. Развитие обмена. Теория прав собственности и трансакционные издержки.

Тема 2. Основные теории спроса и предложения.

Предмет и принципы микроэкономики. Рыночный спрос и рыночное предложение. Детерминанты спроса и предложения. Закон спроса и предложения и их графическая интерпретация. Излишек потребителя и излишек производителя. Индивидуальный и рыночный спрос. Индивидуальное и рыночное предложение. Понятие эластичности, виды показателя эластичности, содержательная интерпретация различных значений эластичности, графическое представление, практическое применение эластичности. Государственное регулирование цен: методы и последствия. Графическая иллюстрация.

Тема 3. Основные теории фирмы. Производство и издержки

Понятие фирмы в неоклассической теории. Доход фирмы: классификация и графическая интерпретация зависимости общего, среднего и предельного дохода фирмы. Технология производства и производственная функция. Изокванта, ее свойства и виды. Производство с одним переменным ресурсом, закон убывающей отдачи. Производство с двумя переменными факторами. Эффект масштаба. Издержки производства: классификация, содержание, способы расчета, графическая иллюстрация зависимости общих, средних и предельных издержек. Минимизация издержек фирмы на заданный объем выпуска: выбор фирмой количества используемых факторов производства.

Тема 4. Максимизация прибыли и конкурентное предложение

Характеристики рыночной среды. Ограничения деятельности фирмы. Признаки рынка совершенной конкуренции. Спрос и предложение конкурентной фирмы, максимизирующей прибыль, в краткосрочном периоде. Предложение фирмы в долгосрочном периоде. Равновесие отрасли в краткосрочном и долгосрочном периоде. Экономический смысл нулевой экономической прибыли.

Тема 5. Рынки факторов производства

Спрос на факторы производства. Предельная доходность фактора производства и кривая индивидуального спроса на фактор. Необходимое условие максимизации прибыли на факторном рынке. Предложение фактора производства; равновесие на конкурентном рынке труда. Понятие экономической ренты продавца фактора производства. Временное предпочтение индивида и особенность предложения труда отдельным работником. Эффект замены и эффект дохода при изменении заработной платы.

Тема 6. Предмет макроэкономики и основные макроэкономические показатели.

Понятие макроэкономики. Два основных направления в макроэкономике: классическая и неоклассическая школа, кейнсианцы и новые кейнсианцы. Ключевые понятия и основные макроэкономические показатели (экономический рост, валовой выпуск, валовой внутренний продукт, чистый национальный продукт, национальный доход, валовой общественный продукт, конечный продукт, агрегированный спрос и агрегированное предложение, инфляция, национальное богатство). Понятие производительного труда в обществе. Сфера создания продукта общества. Различия между внутренней и национальной экономикой. Взаимосвязь величин валового национального дохода, валового внутреннего продукта, потребления, накопления, государственных доходов и расходов. Основное экономическое тождество. Понятие и состав национального богатства.

Тема 7. Макроэкономический анализ инвестиций

Отличие понятия инвестиций в системе баланса народного хозяйства и системе национальных счетов. Инвестиции в запасы и резервы. Инвестиции в основной капитал. Технологическая и воспроизводственная структура инвестиций в основной капитал. Временной аспект воспроизводства основного капитала, понятие инвестиционного лага. Издержки использования основного капитала. Влияние фискальной и монетарной политики на величину требуемого обществу основного капитала. Связь между величиной требуемого основного капитала и объемом инвестиций в основной капитал с учетом и без учета инвестиционного лага. Расчет окупаемости инвестиций методом дисконтирования.

Тема 8. Основные и оборотные фонды предприятия.

Сущность и структура основных фондов. Оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Анализ состояния и использования основных фондов. Анализ причин морального и физического износа основных фондов. Анализ начисления амортизации и диагностика ее использования. Понятие оборотных средств. Кругооборот оборотных средств. Состав и структура оборотных средств. Показатели уровня использования оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Анализ состояния запасов материальных ресурсов. Анализ эффективности использования материальных ресурсов

Тема 9. Себестоимость продукции

Себестоимость продукции: сущность и структура. Аналитические группировки затрат. Состав и классификация затрат по элементам. Калькулирование себестоимости продукции. Анализ структуры затрат на производство и реализацию продукции. Анализ динамики затрат на производство и реализацию продукции. Диагностика затрат на производство и реализацию продукции. Особенности анализа себестоимости продукции и издержек обращения в различных отраслях.

Тема 10. Производственные результаты и результаты финансово-экономической деятельности предприятия

Характеристика производственных результатов деятельности организации. Анализ производственных результатов. Производственная программа, ее обоснованность и выполнение. Факторы, влияющие на результаты работы организации. Анализ использования производственных мощностей. Оценка качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции. Общая характеристика эффективности деятельности организации. Диагностика прибыльности (рентабельности). Диагностика эффективности использования оборотных средств. Понятие экономической состоятельности организации. Анализ экономических результатов деятельности организации. Характеристика и анализ факторов, определяющих экономические результаты деятельности организации. Подходы к анализу и оценке риска деятельности организации. Характеристика и анализ финансовых результатов деятельности организации. Методика анализа финансового состояния организации. Диагностика банкротства.

Тема 11. Теоретические основы маркетинга

Понятие, цель, задачи, основные функции маркетинга. Объект и предмет маркетинга. Компоненты маркетинга: товарный рынок (потребители), система распределения, система продвижения, конкурентная политика предприятия. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Этапы маркетинговой деятельности предприятия. Уровни маркетинговой деятельности: стратегический и тактический маркетинг. Стратегия маркетинга: определение, виды. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегические цели маркетинга на стадиях жизненного цикла организации. Стратегический маркетинг: понятие, цель, задачи.

Этапы стратегического планирования маркетинга. Результаты реализации задач стратегического маркетинга.

Тема 12. Маркетинговое исследование

Понятие, цель, задачи, основные результаты маркетингового исследования. Информационная основа маркетингового исследования: первичная, вторичная информация. Этапы маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования. Методы сбора и обработки результатов маркетингового исследования. Маркетинговые решения, формируемые на основе результатов маркетингового исследования.

Основная литература:

1. Васильев, Г.А. Маркетинг / Васильев Г. А. ; Гайдаенко Т. А. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 239 с.
2. Воронова, Е.Ю. Управленческий учет : учеб. для бакалавров, обучающихся по специальности 080109 "Бухгалт. учет, анализ и аудит" / Е. Ю. Воронова .— Москва : Юрайт, 2012 .— (Бакалавр) .— Библиогр.: с. 542-551
3. Гавриленко, Н.И. Маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Менеджмент" / Н. И. Гавриленко .— 3-е изд., стер. — Москва : Академия, 2013 .— 188 с.
4. Гаррисон, Р. Управленческий учет : [учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования"] / Р. Гаррисон, Э. Норин, П. Брюэр ; [пер. с англ. под ред. М. А. Карлика] .— 12-е изд. — СПб. [и др.] : Питер, 2012 .— 591 с.
5. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева .— 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2014 .— 149 с.
6. Карпова, Т.П. Управленческий учет / Карпова Т. П. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 352 с.
7. Керимов, В.Э. Бухгалтерский управленческий учет / Керимов В. Э. — 8-е изд., изм. и доп. — Москва : Дашков и Ко, 2012 .— 484 с.
8. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет : учебник / Н. П. Кондраков .— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Проспект, 2013 .— 492 с.
9. Леонгардт, В.А. Учет и анализ (финансовый и управленческий учет и анализ) : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация "бакалавр") / В. А. Леонгардт .— Ростов-на-Дону : Феникс, 2015 .— 446 с.
10. Нуралиев, С.У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / Нуралиев С. У. ; Нуралиева Д. С. — Москва : Дашков и Ко, 2013 .— 362 с.
11. Перегон, И.В. Управленческий учет : учеб. пособие / И. В. Перегон ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. гор. ун-т .— Екатеринбург : Изд-во УГГУ, 2012 .— 142 с.
12. Сеницына, О.Н. Маркетинг : учебное пособие по направлению "Менеджмент" / О. Н. Сеницына .— 2-е изд., стер. — Москва : КНОРУС, 2014 .— 210 с.
13. Стратегический управленческий учет для бизнеса : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" (уровень магистратуры) / Л. В. Юрьева, Н. Н. Ильшева, А. В. Караваева, А. Н. Быстрова .— Москва : ИНФРА-М, 2013 .— 336 с.

14. Филиппов, М.Р. Управленческий учет его цели и задачи / Филиппов М. Р. — Москва : Лаборатория книги, 2012 .— 139 с.

15. Цахаев, Р.К. Маркетинг / Цахаев Р. К. ; Муртузалиева Т. В. — 2-е изд. — Москва : Дашков и Ко, 2013 .— 550 с.

16. Щегорцов, В.А. Маркетинг / Щегорцов В. А. ; Таран В. А. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 448 с.

3. ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНОВ

3.1. Примерные тестовые задания независимого компьютерного тестирования:

1. Разделение деятельности в системе управления определяет следующий набор факторов?

1. Состав функций, масштаб полномочий, личные качества, профессиональная подготовка, тип организации.
2. Специфика функции, трудоемкость функции, объем полномочий, масштаб полномочий, организационные условия.
3. Ресурс профессионализма, личные качества, дерево цели, характер проблемы, концепция управления.
4. Опыт работы, организационные условия, комплекс проблем, ответственность, дифференциация функции.
5. Технология управления (технические средства), функции управления, трудоемкость функций, профессиональная подготовка, объем полномочий.

2. Методы, относящиеся исключительно к прямым экономическим методам менеджмента - это:

1. Благодарность, поощрение подарком, система оплаты труда, надбавки к зарплате.
2. Оптимизация объема нагрузки, дифференциация оплаты труда, предоставление социальных льгот, формирование авторитета.
3. Оплата повышения квалификации, предоставление дополнительного отпуска, премия, создание благоприятных условий труда.
4. Предоставление дополнительных ресурсов, повышение в должности, снятие надбавок, материальная ответственность.
5. Поощрение надбавкой к зарплате, дифференциация тарифных ставок, премии, системы штрафов.

3. Определение понятия "метод управления" имеет такую формулировку:

1. Способ обработки полученной информации, и ее трансформация в командную информацию.
2. Прием расчета показателей в процессе управления.
3. Разработка порядка совместной деятельности в организации.
4. Способ воздействия управляющей системы на управляемую.
5. Способ использования средств управления в процессе воздействия управляющей системы на управляемую.

4. Система менеджмента в организации представляет собой:

1. Субъектно-объектное строение организации.
2. Совокупность отношений управления в организации.
3. Штатное расписание управленческих должностей.
4. Лица и должности, имеющие полномочия на принятие управленческих решений.
5. Комплекс полномочий и функций менеджмента.

5. Методология и организация управления связаны следующим образом:
1. Они не имеют прямой зависимости.
 2. Связь определяется эффективностью управления.
 3. Организация определяет выбор методологии исследования.
 4. Методология определяет получение информации, организация - ее обработку.
 5. Методология определяет вид и форму организации.
6. Иерархичность системы менеджмента проявляется в:
1. Сходящихся к центру полномочиях менеджмента.
 2. Наличии субъекта управления в организации.
 3. Совокупности вертикальных и горизонтальных связей системы менеджмента.
 4. Расширяющейся последовательности соподчинения линейных звеньев системы менеджмента.
 5. Централизации функций менеджмента.
7. Выполнение руководителем мотивационной функции предполагает:
1. планирование численности отдела.
 2. распределение работ с учетом интересов сотрудников.
 3. представление интересов коллектива перед деловыми партнерами.
 4. обеспечение помощи сотрудникам.
 5. составление отчетности.
8. Наиболее типичной для бюрократического типа управления является следующая характеристика:
1. Жесткое распределение функций и обязанностей в системе управления.
 2. Ориентация персонала на решение проблем.
 3. Чрезмерное внимание документации.
 4. Высокая исполнительская дисциплина.
 5. Ясная и четкая мотивация инициативы персонала.
9. Следующее определение понятия "полномочия" является наиболее корректным?
1. Вид деятельности менеджера в системе управления.
 2. Степень профессионализма менеджера в управленческой деятельности.
 3. Проявление лидерства менеджера.
 4. Право на принятие управленческих решений.
 5. Ответственность менеджера за использование ресурсов организации.
10. Главной особенностью бюрократического типа управления является:
1. Высокая исполнительская дисциплина.
 2. Повышенное внимание работе с персоналом.
 3. Высокая централизация управления.
 4. Высокая формализация управленческих процедур.
 5. Повышенное внимание функции контроля.
11. Следующие функции менеджмента являются основными:
1. Поиск информации, передача информации, обработка информации, принятие решения.
 2. Планирование, организация, регулирование, координация, мотивирование, контроль.
 3. Регламентирование, нормирование, распоряжение, контроль, организация обратной связи. социально-психологическая атмосфера.
 4. Определение проблемы, постановка цели, обработка информации, разработка решения.
 5. Анализ, планирование, учет и контроль.

12. Децентрализация управления позволяет главным образом:
 1. Повысить компетентность персонала управления.
 2. Выравнить трудоемкость работ во всех звеньях системы управления.
 3. Развить самостоятельность и чувство ответственности персонала всех уровней системы управления.
 4. Предотвратить серьезные ошибки на нижних уровнях управления, которые могут быть опасными для организации в целом.
 5. Повысить инициативность персонала на нижних уровнях управления и обогатить их деятельность.

13. В соответствии с теорией партисипативного управления рекомендуется:
 1. Предоставлять работникам право самостоятельно принимать решения по поводу того, как им осуществлять свою деятельность (выбор средств, способов, технологии и пр.)
 2. Осуществлять регулярный, детализированный контроль хода и результата действий работника.
 3. Привлекать работников к общему принятию решений по поводу выполняемой ими работы.
 4. Ставить перед работником частичные конкретные задачи, не раскрывая и не объясняя общего замысла и целей их выполнения.
 5. Совместно разрабатывать цели и оценивать их реализацию.