

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
проректор по учебно-методической работе

 А.Б. Галимханов

«29» октября 2021 г.



Программа
вступительного испытания вступительные испытания при
приеме на обучение по программам магистратуры

направление подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

направленности (профили)
«Маркетинговое управление»
«Стратегический менеджмент»

Уфа – 2021

ВВЕДЕНИЕ

Прием в магистратуру по направлению «Менеджмент» по программам «Маркетинговое управление», «Стратегический менеджмент» производится на основе конкурса по результатам вступительного экзамена.

Абитуриенты сдают вступительный экзамен, включающий в себя вопросы по дисциплинам:

1. Теория менеджмента
2. Маркетинг

Примерный перечень вопросов

Теория менеджмента

1. Сущность менеджмента. Виды и уровни менеджмента в организационной структуре.
2. Функции менеджмента в современной компании.
3. Школа научного управления: основные представители, вклад в науку управления.
4. Классическая (административная) школа управления: основные представители, вклад в науку управления.
5. Школа человеческих отношений: основные представители, вклад в науку управления.
6. Вопросы применения системного, ситуационного и оперативного подхода в менеджменте.
7. Организация и ее основные признаки. Характеристика организации как системы.
8. Внутренняя и внешняя среда организации.
9. Классификация видов организаций. Законы жизнедеятельности организаций.
10. Цели в управлении организацией. Классификация целей. Установление целей и их ранжирование.
11. Понятие и сущность организационной структуры фирмы. Принципы и факторы, влияющие на формирование организационной структуры.
12. Типы организационных структур управления.
13. Стратегия организации и ее виды.
14. Планирование как функция менеджмента: цели, задачи и принципы. Перспективное, среднесрочное и текущее планирование. Виды планов.
15. Процесс стратегического планирования. SWOT – анализ.
16. Сущность мотивации. Взаимосвязь мотивации и потребностей, мотивации и вознаграждения.
17. Содержательные теории мотивации: основные представители, идеи.
18. Процессуальные теории мотивации: представители, основные идеи.
19. Современные формы стимулирования труда в организации.

20. Сущность контроля, причины вызывающие необходимость контроля. Функции контроля. Виды контроля.
21. Процесс контроля. Эффективный контроль и его характеристики.
22. Личность менеджера. Специфика деятельности менеджеров высшего, среднего и низшего звена.
23. Феномен власти в менеджменте. Типология власти. Власть и авторитет менеджера.
24. Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Традиционные концепции лидерства.
25. Ситуационный подход к феномену лидерства в менеджменте.
26. Групповая динамика организации и формирование команды.
27. Понятие и сущность организационного управленческого решения. Типы управленческих решений.
28. Подходы к принятию управленческих решений.
29. Процесс принятия управленческих решений: основные стадии процесса.
30. Методология и методы разработки и принятия управленческих решений.
31. Управленческие конфликты. Возникновение, проявление и разновидности конфликтов.
32. Управление конфликтами. Переговоры как метод разрешения конфликтов.
33. Сущность коммуникации. Процесс коммуникации: обратная связь. Шумы в коммуникации.
34. Межличностные и организационные коммуникации.
35. Понятие и содержание организационной культуры. Функции организационной культуры.
36. Формирование, поддержание и изменение организационной культуры.
37. Информационная среда управления. Сущность информации и информационного процесса.
38. Управление рисками.

Маркетинг

1. Сущность маркетинга, его цели, задачи и функции.
2. Процесс управления маркетингом.
3. Подходы к организации отдела маркетинга. Плюсы и минусы каждого из принципов организации службы маркетинга на предприятии.
4. Маркетинговая информация. Основные составляющие системы маркетинговой информации.
5. Этапы проведения маркетингового исследования.
6. Методы сбора первичных данных, их преимущества и недостатки.
7. Факторы микросреды функционирования фирмы.
8. Факторы макросреды функционирования фирмы.
9. Определение потребительского рынка. Развернутая модель покупательского поведения.
10. Факторы, влияющие на покупательское поведение.

11. Процесс принятия решения о покупке.
12. Различия маркетинга на рынке предприятий от потребительского. Определение понятия рынка товаров промышленного назначения и его характеристики.
13. Три варианта охвата рынка. Факторы, влияющие на выбор стратегии охвата рынка.
14. Сегментирование рынка. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и рынков товаров промышленного назначения.
15. Позиционирование товара на рынке. Стратегии позиционирования, предложенные Райсом и Траутом. Способы дифференциации предложений компании.
16. Конкурентные преимущества. Конкурентные стратегии позиционирования Майкла Портера. Виды компаний и предпринимаемые ими конкурентные ходы в зависимости от занимаемых позиций на рынке.
17. Определение товара. Идея пяти уровней товара. Классификация товаров широкого потребления и промышленного назначения.
18. Товарно-марочная политика фирмы: основные понятия и решения.
19. Упаковка и общественно-государственная политика. Факторы, способствующие расширению использования упаковки. Средства маркировки. Функции этикетки.
20. Товарный ассортимент и его параметры.
21. Стратегия разработки новых товаров: этапы и возникающие при этом риски.
22. Процесс восприятия потребителем товара–новинки. Категории потребителей по времени восприятия ими новинок.
23. Этапы жизненного цикла товара и стратегии маркетинга по его ходу.
24. Методика расчета исходной цены.
25. Корректировка цены с учетом различных факторов. Основные стратегические подходы к проблеме ценообразования.
26. Канал распределения: понятие, функции, уровни, длина, ширина.
27. Маркетинговые системы и сферы их распространения: ВМС, ГМС, ММС (многоканальные маркетинговые системы).
28. Природа и значение розничной торговли. Виды розничных торговых предприятий. Маркетинговые решения розничного торговца.
29. Природа и значение оптовой торговли. Виды предприятий оптовой торговли. Маркетинговые решения оптовика.
30. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.
31. Разработка бюджета и факторы формирования комплекса маркетинговых коммуникаций (продвижения).
32. Сущность рекламы. Виды и задачи рекламы. Характеристика медиа-средств. Переменные, используемые при выборе средств информации.
33. Основные решения в сфере стимулирования сбыта. Характеристика средств стимулирования сбыта.

34. Решения в сфере маркетинговых связей с общественностью. Характеристика основных средств публич-рилейшнз (PR).
35. Организация службы сбыта. Типы сотрудников и выполняемые ими задачи. Структуры службы сбыта.
36. Управление службой сбыта. Основные этапы эффективного процесса продажи.
37. Сущность и содержание маркетингового плана. Типы маркетингового контроля.
38. Основные решения в сфере международного маркетинга.
39. Маркетинг услуг: понятие и характеристики услуг. Категории сервиса-микс.
40. Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности: маркетинг организаций, отдельных лиц, мест, идей.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» с изменениями и дополнениями от 05.05.2014 № 112-ФЗ
2. Федеральный закон «О рекламе» с изменениями и дополнениями от 08.03.2015 №50 -ФЗ

Основная литература:

1. Афанасьев В.Я. Теория менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата/ под ред. В.Я. Афанасьева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - 665 с.
2. Годин А.М. Маркетинг: учебник для бакалавров. /11-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и Ко, 2014. - 656 с. Режим доступа:
<http://bibhoclub.ru/index.php?page=book&id=253807&sr=1>
3. Данько Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2015. - 521 с.
4. Комаров А.Г., Гафаров А.Р., Юлдашева Г.Р., Ямалетдинов К.С. Менеджмент (теория и практика) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Уфа, 2014. - 277. Режим доступа:
<https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Booky2014121214422639205700002486>
5. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. 14-е изд. Изд-во Питер, 2013. - 800 с.
6. Менеджмент. Учебник для бакалавров, под ред. А.Л. Гапоненко. Изд-во Юрайт, 2013. - 396 с.
7. Основы маркетинга: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям 061500 «Маркетинг» и 350700 «Реклама» / под ред. проф. Г.А. Васильева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 544 с. Режим доступа:
<http://biblioclub.m/index.php?page=book view&book id-116635>

8. Понуждаев Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс]. Учебное пособие / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. - М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 661 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book view red&book id=271807>
9. Романов А.А. Маркетинг: учебное пособие /А.А. Романов, В.П.Басенко, Б.М.Жуков - М.: Дашков и Ко, 2012. - 440 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page==book view&book id=1 16012>
- 10.Фаррахов А. Г. Менеджмент: Учебное пособие. 2-е изд. Стандарт третьего поколения. Изд-во Питер, 2013. - 352 с.

Дополнительная литература:

1. Багиев Г. Л. Маркетинг: для бакалавров и специалистов: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям: стандарт третьего поколения/ Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. - 4-е изд., перераб. и доп.. - С-Пб.: ПИТЕР, 2012.-560 с.
2. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник /В. И.Беляев. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2010. - 680 с.
3. Карпова С.В. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 460 с.
4. Ким А.Г., Кметь Е.Б. Управление маркетингом: учебник - Саратов: Вузовское образование, 2016. - 284 с.
5. Костылева С.Ю. Экономический маркетинг: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» - Саратов: Вузовское образование. - 2015. - 187 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе /Ф. Котлер, Х. Картаджайя, И. Сетиаван ; Пер. с англ. А. Заякина. - М.: Эксмо, 2012. - 240 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф Котлер, К. Л. Келлер; пер. с англ. В. Кузин. — 14-е изд. — СПб.: Питер, 2014 .— 800 с.
8. Круглова, Н. Ю. Основы менеджмента: уч. пособие /Н. Ю. Круглова. - М.: КНОРУС, 2013.-500 с.
9. Ламбен Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. и др. Менеджмент, ориентированный на рынок. - СПб.: Питер, 2014. - 721 с.
- 10.Ю.Лукичева, Л. И. Менеджмент организации: теория и практика: учебник для бакалавров/Л.И. Лукичёва, Е.В. Егорычева; под ред. Ю. П. Анискина. - 2-е изд.стер. - М.: Изд-во «Омега-Л», 2012. - 488 с.
- 11.Мескон М. Основы менеджмента/ М. Мескон, М. Альберт,Ф. Хедоури, пер. с англ. - М.: Дело, 2011. - 704 с.
- 12.Назимко В.К., Кудинова Е.В. Основы менеджмента: Учебно-методическое пособие - М.: Феникс, 2015. - 147 с.
- 13.Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров / О.К. Ойнер. - М.: Юрайт, 2012. - 343 с.
- 14.Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг: учебное пособие - М.: Дашков и К, 2016. - 440 с.

15. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг: учебник. - М.: Дашков и К, 2015.-550 с.
16. Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайэм Курс МВА по маркетингу: учебное пособие. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 720 с.

Периодические издания (интернет-ресурсы):

1. Журнал «Проблемы теории и практики управления» - Режим доступа: <http://www.uptp.ru>
2. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» - Режим доступа: <http://www.mevriz.ru>
3. Журнал Маркетинг в России и за рубежом – Режим доступа: www.cfin.ru
4. Журнал «Управление компанией» - Режим доступа: <http://www.zhuk.net/>
5. АртМаркетинг – Режим доступа: www.bci-marketing.aha.ru
6. Дайджест-маркетинг – Режим доступа: www.bci-marketing.aha.ru
7. Диалог директ-маркетинг в России – Режим доступа: www.dialogdm.ru
8. Европейское общество маркетинга – Режим доступа: www.esomar.org
9. Индустрия рекламы – Режим доступа: www.ir-magazine.ru
10. Институт маркетинговых исследований – Режим доступа: www.forum.gfk.ru
11. Интернет-маркетинг – Режим доступа: www.internet-marketing.ru
12. Маркетинг и маркетинговые исследования в России – Режим доступа: www.marketingandresearch.ru
13. Маркетинг успеха – Режим доступа: www.a88.narod.ru/mu2002.htm
14. Маркетинговые коммуникации – Режим доступа: www.grebennikov.ru
15. Маркетолог – Режим доступа: www.marketolog.ru
16. Практика рыночных исследований – Режим доступа: www.marketing.spb.ru
17. Корпоративный менеджмент. Материалы и публикации по всем отраслям менеджмента, в том числе теоретико-методологического характера – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>

Заведующий кафедрой
управления проектами и маркетинга,
руководитель магистерской программы

Е.И. Янгирова