Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт финансов и устойчивого развития

ПРОГРАММА

подготовки к вступительному испытанию для поступающих
на образовательную программу магистратуры
«Маркетинговые стратегии бренд-лидерства»
по направлению 38.04.02 Менеджмент

Москва, 2023

Программа подготовки к вступительному испытанию предназначена для поступающих в магистратуру Института финансов и устойчивого развития ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по направлению 38.04.02 Менеджмент по образовательной программе «Маркетинговые стратегии бренд-лидерства» (очно-заочная форма обучения, на места по договорам с оплатой стоимости обучения). .

Программа подготовки к вступительному испытанию разработана и представляет собой систематизированный материал, с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) и требований профессионального стандарта «Маркетолог» (утвержден Приказом Минтрудсоцзащиты РФ от 04 июня 2018 года №366н).

Цель вступительного испытания в магистратуру – выявить у абитуриента необходимый объём знаний: в области основных концепций современного менеджмента, истории развития науки управления, основных подходов и принципов управления, методов принятия управленческих решений, управления рисками.

Программа состоит из аннотаций общетеоретического блока вопросов вступительного испытания, аннотаций тематического блока вопросов в соответствии с направленностью (профилями) и списка рекомендованной литературы.

Вступительное испытание проводится как комплексный экзамен по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент на базе ФГОС ВО бакалавриата очно и (или) с использованием дистанционных технологий (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительного испытания) в форме устного собеседования.

Содержание вопросов включает в себя задания из обоих блоков программы – общетеоретического и тематического.

Оценка выставляется по 100-балльной системе. Неудовлетворительной является оценка от 1 до 20 баллов. Минимальный балл для поступления на

программу магистратуры в Институт финансов и устойчивого развития составляет 40 баллов.

Блок 1. Аннотации к общетеоретическому блоку вопросов «Менеджмент»

Тема 1. Исторические основы менеджмента. Функции менеджмента. Подходы в менеджменте.

Понятия «менеджмент» и «менеджер». Школа человеческих отношений. Современные направления развития менеджмента. Системный подход. Ситуационный подход. Планирование. Понятие миссии организации. Понятие цели. Принципы стратегического, оперативного и тактического планирования. Проблема построения организационных структур. Факторы, определяющие особенности организационной структуры. Централизация и децентрализация полномочий. Типы организационных структур, их преимущества и недостатки. Понятия «потребность» и «мотивация». Содержательные теории мотивации. Пирамида А. Маслоу. Теория К. Алдерфера. Теория Д. МакКлелланда. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Процессуальные теории мотивации. Теория ожидания В. Врума. Теория справедливости Дж. Адамс. Контроль как функция менеджмента. Типы контроля. Процесс контроля. Принципы эффективного контроля

Тема 2. Стратегическое управление

Стратегический и операционный аспекты управления организацией. Эволюция систем управления и корпоративного планирования. Понятия: стратегия, стратегический менеджмент, стратегическое планирование. Сущность и особенности стратегических решений, их влияние на успешность развития компании. Базовая модель стратегического менеджмента. Стратегия разработки нового продукта и стратегия быстрого реагирования. Уровни и цели стратегического анализа бизнес-среды компании. Цели и методы внутренней диагностики компании. Понятие стратегического потенциала. Процесс реализации стратегии. Взаимовлияние и взаимосвязь стратегии, организационной структуры и культуры компании. Стратегический контроль. Управление стратегическими изменениями.

Тема 3. Основы корпоративного управления

Введение в корпоративное управление. Основные понятия и определения. Назначение и принципы построения системы корпоративного управления. Приоритеты и интересы участников. История корпоративного управления. Нормативно-правовая база в России и за рубежом. Модели корпоративного управления. Основные модели: англо-саксонская, модель континентальной Европы, японская модель Практика надлежащего корпоративного управления и преимущества для развития бизнеса. Эффективность системы корпоративного управления, внутренняя и внешняя

оценка эффективности. Рейтинги корпоративного управления и другие методы оценки качества корпоративного управления. Обзор состояния корпоративного управления в России. Основные особенности. Институциональная база. Российская модель корпоративного управления: основные характеристики и тенденции развития.

Тема 4. Управление проектами

Историческая эволюция методов и инструментов управления проектами. Система международных профессиональных стандартов управления проектами. Объекты
управления проектами: проект, программа, портфель проектов. Жизненный цикл проекта. Субъекты управления проектами: участники проекта, менеджер проекта, команда управления проектом. Анализ участников проекта. Структуры управления проектами: структурная декомпозиция работ, организационная структура проекта. Цели и принципы разработки. Группы процессов управления проектами: инициация, планирование, исполнение, контроль, завершение. Функции управления проектами. Управление интеграцией проекта. Цели и структура Плана проекта. Информационная система управления проектом. Управление содержанием проекта. Планирование и контроль содержания проекта. Структурная декомпозиция работ проекта. Управление сроками проекта. Сетевая модель проекта. Разработка расписания проекта. Управление стоимостью проекта. Планирование и контроль стоимости проекта. Бюджет проекта. Управление персоналом проекта. Формирование и развитие команды проекта. Матрица ответственности проекта. Лидерство в проекте. Мотивация участников проекта. Распределение ролей в проектной команде. Организационная структура проекта. Управление коммуникациями проекта. Отчетность проекта. Управление рисками проектами. Управление качеством проекта. Планирование, обеспечение и контроль качества при управлении проектом.

Тема 5. Управление персоналом

Основные теории и подходы к управлению персоналом. Современные подходы к управлению человеческими ресурсами в организации: «война» за таланты, управление талантами, внутренний маркетинг. Система управления персоналом организации: основные функции (подсистемы), организационная структура. Кадровая служба: виды, роли как партнера бизнеса, взаимосвязь с другими структурными подразделениями организации. Формирование стратегии управления персоналом: понятие, факторы, влияющие на процесс ее разработки, взаимосвязь с общей стратегией организации. Источники привлечения персонала в организацию. Современные технологии подбора персонала. Адаптация персонала: цели и задачи, направления, виды, основные этапы и методы. Стимулирование и оплата труда персонала. Типы

трудовой мотивации работников. Современные концепции развития персонала: концепция обучающейся организации, корпоративный университет, управление знаниями. Формирование и работа с кадровым резервом организации: структура резерва, преемники и дублеры, особенности работы с различными группами кадрового резерва. Оценка персонала: цели и задачи, основные формы и методы оценки. Аттестация персонала: виды, основные участники, обязательные условия и этапы проведения.

Блок 2. Аннотации к тематическому блоку вопросов «Маркетинговые стратегии бренд-лидерства»

1. Современные концепции маркетинга
2. Социально-ответственный маркетинг
3. Понятие и виды потребительского спроса
4. Структура программы маркетинга
5. Инструменты управления маркетингом
6. Маркетинговая аналитика
7. Виды маркетинговой информации
8. Маркетинговые информационные системы
9. Содержание и направления маркетинговых исследований
10. Выявление проблем и формулирование целей маркетингового исследования
11. Методы проведения маркетингового исследования
12. Определение инструментов проведения маркетингового исследования
13. Первичные маркетинговые исследования
14. Вторичные маркетинговые исследования
15. Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования
16. Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования
17. Методы (средства) сбора, хранения и обработки маркетинговой информации
18. Систематизация и анализ маркетинговой информации
19. Особенности проведения социологических исследований
20. Особенности анализа конъюнктуры целевых рынков
21. Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных ситуациях
22. Методы обработки данных в маркетинговых исследованиях
23. Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований
24. Формирование предложений по совершенствованию товарной политики
25. Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики

26. Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг)
27. Методы прогнозирования рыночной конъюнктуры
28. Методики расчета показателей эффективности маркетинговых решений
29. Правовое регулирование маркетинговой деятельности
30. Правила, нормы и основные принципы этики делового общения

Список рекомендуемой литературы

1. Друкер, П. Ф. Классические работы по менеджменту / П. Ф. Друкер. – М. : Альпина Паблишер, 2019.
2. Марголин, А. М. Экономическая оценка инвестиционных проектов : учебник / А. М. Марголин. – М. : Экономика, 2018.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб. : Питер, 2022.