

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления в экономических, экологических и
социальных системах

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОГО ИТОГОВОГО
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ
БАКАЛАВРА МЕНЕДЖМЕНТА ПО
НАПРАВЛЕНИЮ
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
профиль «Общий менеджмент»

Составители: Арутюнова Д.В., Алесинская Т.В., Орлова В.Г., Катаев А.В.

Программа государственного итогового междисциплинарного экзамена профессиональной подготовки бакалавра менеджмента по направлению 38.03.02 «Менеджмент», разработана в соответствии с действующими Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования.

Библиогр. назв.:

Рецензент:

1. ОСНОВНАЯ ТЕМАТИКА, ВКЛЮЧАЕМАЯ В ИТОГОВЫЙ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ЭКЗАМЕН

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению 38.03.02 «Менеджмент» включает следующие дисциплины:

- Экономическая теория;
- Основы менеджмента;
- Стратегический менеджмент;
- Инновационный менеджмент;
- Маркетинг;
- Логистика.

2. ТРЕБОВАНИЯ К БАКАЛАВРУ

Бакалавр должен:

Уметь:

- решать проблемы, соответствующие его степени (квалификации).

Быть знаком:

➤ с основными положениями экономической теории, а также учениями в области управленческих и социальных наук, способен анализировать значимые проблемы и процессы в системах управления, а также умеет использовать методы этих наук в различных видах профессиональной деятельности;

Иметь:

➤ целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в обществе и бизнесе, а также о тенденциях развития российской и мировой экономик;

➤ системное представление о структурах и тенденциях развития российской и мировой экономик.

Владеть:

- методами инструментального анализа, необходимыми для выполнения профессиональных функций;
- компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации, применяемыми в сфере менеджмента;
- специальной терминологией и лексикой специальности как минимум на одном иностранном языке, в своей деятельности способен использовать профессиональную литературу на иностранном языке.

Обладать:

- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные информационные технологии;
- навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере управления.

Понимать:

- многообразие экономических процессов в современном мире, их связь с другими процессами, происходящими в обществе.

3. ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

Итоговый экзамен осуществляется в устной форме по экзаменационному билету, включающему четыре вопроса по дисциплинам:

1 вопрос – «Экономическая теория»;

2 вопрос – «Основы менеджмента»;

3 и 4 вопросы соответствуют двум дисциплинам, отбираемым в билет, из 4-х вариантов: «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Маркетинг», «Логистика».

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

При проведении итогового междисциплинарного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент» – устанавливаются следующие критерии оценки знаний выпускников.

Оценка «отлично» – глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твёрдое знание основных положений смежных дисциплин: логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета; использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы.

Оценка «хорошо» – твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» – твёрдое знание и понимание основных вопросов программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» – неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов.

I. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

1. Индивидуальный и рыночный спрос. Закон спроса. Спрос и величина спроса. Понятие индивидуального и рыночного спроса. Спрос, кривая спроса, ценовые и неценовые факторы спроса, изменение объёма спроса, изменение спроса, закон спроса.

2. Эластичность спроса. Виды эластичности спроса, формула эластичности спроса, эластичный и неэластичный спрос (определение, график), спрос единичной эластичности.

3. Закон предложения. Предложение и величина предложения. Предложение, ценовые и неценовые факторы предложения, изменение объёма предложения, изменение предложения, кривая предложения, закон предложения.

4. Эластичность предложения. Формула эластичности предложения. Эластичное и неэластичное предложение (определение, график).

5. Рыночное равновесие. Излишки потребителя и производителя. Равновесный объём и равновесная цена (показать на графике), дефицит, излишек. Излишки потребителя и производителя (показать на графике).

6. Валовая выручка и издержки. Валовой доход, валовые издержки, постоянные и переменные издержки, средние и предельные издержки (определение, график).

7. Прибыль бухгалтерская и экономическая. Принципы максимизации прибыли. Прибыль бухгалтерская, нормальная, экономическая (понятие, формулы расчёта). Принцип максимизации прибыли: сравнение валового дохода и валовых издержек; сравнение предельного дохода и предельных издержек.

8. Рынок совершенной конкуренции. Основные характеристики рынка совершенной (чистой) конкуренции, формирование цены на данном рынке, правило максимизации прибыли, определение оптимального объёма в различных состояниях фирмы (прибыльном, убыточном и т.д.).

9. Монополия. Формы монополии (открытая, закрытая, естественная),

виды монополии (простая, с ценовой дискриминацией), правило максимизации прибыли (специфика ценообразования), коэффициент монопольной власти.

10. Рынок монополистической конкуренции. Характеристика рынка. Рынок монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах.

11. Рынок олигополии. Характеристика рынка. Модели олигополии.

12. Рынки факторов производства: рынок труда и рынок капитала. Факторы, от которых зависит спрос на труд, факторы предложения труда в отрасли, рынок капитала. Внутренняя норма доходности (цена заёмных средств, спрос на заёмные средства) и условие принятия инвестиционных решений.

13. Рынки факторов производства: рынок земли. Рента. Спрос и предложение земли. Понятие ренты. Экономическая и дифференцированная рента.

14. Приведенная (дисконтированная) стоимость. Понятие процесса дисконтирования, формула расчёта. Понятие чистой дисконтированной стоимости, формула расчёта.

15. ВВП, ВНП и другие показатели системы национальных счетов. Методы расчета (по доходам, по расходам). Чистый национальный продукт, национальный доход, личный доход, персональный доход, личные потребительские расходы, инвестиционные расходы, госрасходы, чистый экспорт, косвенные налоги, прибыль корпораций, трансферты.

16. Совокупный спрос и совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие в модели AD-AS. Ценовые и неценовые факторы совокупного спроса и предложения, макроэкономическое равновесие, эффект храповика.

17. Инфляция. Виды, измерение, последствия инфляции.

18. Безработица и её формы. Закон Оукена. Виды безработицы. Закон Оукена. Взаимосвязь инфляции и безработицы (Кривая А.Филлипса).

19. Экономические циклы. Понятие экономических циклов. Виды, причины, типы, фазы экономических циклов. «Длинные волны» Н.Д. Кондратьева.

20. Бюджетно-налоговая политика. Кривая Лаффера. Цели и инструменты бюджетно-налоговой политики. Дискреционная фискальная политика и политика встроенных стабилизаторов (автоматическая). Кривая Лаффера.

21. Банковская система. Банковский мультипликатор. Понятие банковской системы. Функции центрального и коммерческих банков. Виды банковских операций. Процесс создания банками денег, банковский мультипликатор.

22. Кредитно-денежная политика. Политика дорогих и дешевых денег. Цели и инструменты кредитно-денежной политики. Политика дорогих и дешевых денег.

Литература

1. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. Учебник. — 3-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 624 с.
2. Симкина Л.Г. Экономическая теория. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 384 с. — Серия «Учебник для вузов».
3. Макконнелл Р., Брю С. «Экономикс». В 2-х томах. 2 Т. 2 —М. 2012 г.
4. Вечканов В.С., Вечканова Г.Р. Макроэкономика. Учебник для вузов. — 4-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2011. — 448 с.

II. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

1. Сущность понятий «управление» и «менеджмент», природа и состав функций менеджмента, их взаимосвязь. Понятие управления и менеджмента, контур управления, организация, кольцо управления, общие и конкретные функции менеджмента, их взаимосвязь, примеры.

2. Профессия менеджера. Сравнительная характеристика менеджера и предпринимателя, горизонтальное вертикальное разделение труда, высший,

средний и низовой уровни менеджмента, классификация управленческих кадров (руководители, специалисты, служащие), профессиональные требования к менеджерам, примеры.

3. Власть и влияние. Понятие власти, влияния, баланса власти. Формальная и реальная власть. Основы и типы власти, примеры.

4. Внутренняя и внешняя среды организации. Переменные внутренней среды (5 переменных, 7 подсистем, 6 срезов организации). Прямые и косвенные факторы внешней среды, характеристики внешней среды, примеры.

5. Организационные структуры управления. Понятие организационной структуры управления. Линейные и функциональные связи, типы и схемы организационных структур: линейная, функциональная, линейно-функциональная, проектная, матричная, дивизиональная, смешанная. преимущества и проблемы, сферы применения.

6. Аспекты деятельности организации: политика, деловая этика. Понятие, виды, каким образом и для чего используется в управлении организацией, примеры.

7. Аспекты деятельности организации: социальная ответственность бизнеса (СОБ), организационная культура (ОК). Два подхода к определению СОБ, аргументы каждого из подходов, трехуровневая модель СОБ, примеры. Понятие ОК, три уровня, объективные и субъективные элементы, для чего используется в управлении организацией, типология по Хонди, примеры.

8. Целеполагание как функция менеджмента. Актуальность для управления организациями, понятие цели, виды, проблематика, иерархия целей, SMART-принцип.

9. Прогнозирование как функция менеджмента. Понятие, цели и актуальность для управления организацией, общая идея и два основных подхода к прогнозированию, виды прогнозов, примеры, кратко суть качественных и количественных методов (экспертные оценки,

социологические опросы, регрессионный анализ, анализ временных рядов, методы сглаживания).

10. Планирование как функция менеджмента. Понятие, актуальность для управления организацией, стратегический, тактический, оперативный уровни планирования, виды планов, система планов организации, методы планирования (кратко суть), примеры.

11. Организация как функция менеджмента, этапы, полномочия. Актуальность для управления организацией, этапы функции организации, полномочия, их типы, делегирование, централизация и децентрализация, примеры.

12. Организация как функция менеджмента, модели работ. Актуальность для управления организацией, специализация, координация, иерархия управления, сфера контроля, внутренние нормативные документы, модели проектирования работ, примеры.

13. Мотивация как функция менеджмента. Основные понятия, группы теорий мотивации, модели мотивации каждой группы.

14. Контроль как функция менеджмента. Актуальность, основные понятия, виды, этапы, поведенческие аспекты контроля, показатели оценки системы контроля, рекомендации.

15. Принятие управленческих решений как связующий процесс. Актуальность для управления организацией, понятие управленческого решения, условия принятия решений, понятие ЛПР, типы (рациональные, основанные на суждении, интуитивные; программируемые, непрограммируемые; детерминированные, стохастические, в условиях неопределенности), эффективность, этапы разработки рациональных решений.

16. Коммуникации как связующий процесс. Актуальность для управления организацией, понятие коммуникации, виды, элементы и этапы коммуникационного процесса, барьеры, причины неэффективности межличностных и организационных коммуникаций, рекомендации.

17. Управления группами в организации. Актуальность для управления организацией, формальные, неформальные группы, команды, причины вступления людей в малые группы, характеристики групп, проблемы и пути управления группами.

18. Управление конфликтами. Актуальность для управления организацией, типы, причины и последствия конфликтов, этапы процесса конфликта, методы управления.

19. Лидерство и стили управления. Понятия руководства, лидерства, стилия управления, стилия руководства. Основные подходы к лидерству, управленческие стили поведенческого подхода: автократично-либеральный континуум, стили Лайкерта, управленческая решетка Блэйка и Мутона.

20. Основные группы методов управления в менеджменте. Понятие метода управления, сущность каждой группы методов, набор используемых в каждой группе методов, положительные эффекты, проблемы.

21. Школы менеджмента. Исторический порядок следования, персоналии, основные идеи, достижения.

22. Подходы в менеджменте. Сущность процессного, системного, ситуационного подхода в применении к управлению организацией, персоналии, исторический период, основные понятия системного подхода (система, открытые и закрытые системы, основные свойства системы), задачи системного анализа, примеры.

Литература

1. Алесинская Т.В. Учебно-методический комплекс по курсу «Основы менеджмента». Модуль 1. – Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2013. – 69 с.

2. Алесинская Т.В. Учебно-методический комплекс по курсу «Основы менеджмента». Модуль 2. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. – 92 с.

3. Алесинская Т.В. Учебно-методический комплекс по курсу «Менеджмент». Модуль 3. – Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2015. – 78 с.

4. Алесинская Т.В. Учебно-методический комплекс по курсу «Менеджмент». Модуль 4. – Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2015. – 78 с.

5. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник. – М.: ТК Велби, Проспект, 2013.

6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Инфра-М, 2011.

7. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента: учеб. пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.

8. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2012.

III. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Стратегический выбор компании. Определение и место стратегического выбора в системе стратегического управления. Факторы, влияющие на стратегический выбор компании. Элементы стратегического выбора.

2. Разработка стратегии организации. Определение стратегии. Факторы, определяющие стратегию. Основные организационные уровни разработки стратегии.

3. Стратегический анализ макроокружения. Определение и свойства макроокружения. PEST-анализ. Отраслевой анализ: основные экономические характеристики отрасли и движущие силы отрасли.

4. Стратегический анализ микроокружения. Определение и свойства микроокружения. Анализ 5 сил Портера. Построение карты стратегической группировки. Оценка действий соперничающих компаний.

5. Стратегический анализ внутренней среды. Анализ ресурсов компании. Анализ ключевых компетенций. Анализ конкурентных преимуществ компании. SNW-анализ.

6. Сущность ситуационного анализа компании. Место ситуационного анализа в системе стратегического анализа компании. Оценка применяемой стратегии. Gap-анализ.

7. Инструменты ситуационного анализа компании. Стратегический стоимостной анализ. SWOT- анализ организации.

8. Формирование стратегии компании одиночного бизнеса.

Определение конкурентной стратегии. Критерии выбора инвестиционной стратегии компании. Виды стратегий конкурентной борьбы.

9. Стратегии интеграции и аутсорсинга. Определение и критерии выбора стратегии интеграции. Виды интеграции и их сущность. Условия успешной реализации стратегии интеграции. Стратегия дезинтеграции и аутсорсинга.

10. Стратегия диверсификации и оптимизация портфеля диверсифицированной компании. Определение и критерии выбора стратегии диверсификации. Типы диверсификации. Определение и оптимизация портфеля диверсифицированной компании. Стратегии входа на рынок. Стратегии ухода с рынка.

11. Методы анализа портфеля диверсифицированной компании. Определение портфеля диверсифицированной компании. Обзор инструментов управления портфелем (матричные методики BCG, McKinsey, матрица Хофера).

Основная литература

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.

Дополнительная литература

2 Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. - 12-е изд. - М.: Вильямс, 2007. - 924 с.

3. Веснин В. Р. Стратегическое управление: учеб. пособие. - СПб.: Питер, 2009. - 256 с.

4. Грант Р. М. Современный стратегический анализ: учебник. - 5-е изд. - СПб.: Питер, 2011. - 554 с.

IV. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Нововведение и инновация как объект инновационного менеджмента. Определение новшества и инноваций. Критерии инновации. Факторы, содействующие инновациям. Классификация инноваций.

2. Стратегии НИОКР. Роль инноваций в стратегическом развитии организации. Типы стратегии НИОКР. Основная характеристика и виды наступательных инновационных стратегий. Основные характеристики и типы оборонительных инновационных стратегий.

3. Выбор инновационной стратегии. Факторы, влияющие на выбор инновационной стратегии. Методы и критерии выбора: жизненный цикл продукта, отрасли и компании, технологические и рыночные возможности компании.

4. Этапы инновационного процесса и стадии жизненного цикла новшества и инновации. Характеристика жизненного цикла новшества. Характеристика жизненного цикла инновации. Взаимосвязь жизненного цикла новшества и инновации. Варианты формирования инновационного процесса. Жизненные циклы спроса, технологий, товаров.

5. Процесс вывода на рынок нового продукта. Спрос на инновационную продукцию. Внутренние и внешние детерминанты спроса. Общая схема и характеристика основных этапов процесса вывода на рынок нового продукта.

6. Планирование и управление НИОКР. Инновационный проект как объект управления. Участники инновационного проекта. Организация управления инновационным проектом.

7. Отбор и оценка проектов НИОКР. Процедура оценки и отбора проектов. Методы оценки проектов НИОКР. Оценка и планирование портфеля проектов.

8. Оценка риска проекта НИОКР. Классификация риска по проектам НИОКР. Управление рисками по проектам НИОКР.

9. Организация и порядок выполнения НИР и ОКР. Виды и этапы

НИР. Оценка научно-технической результативности НИР. Основные задачи и этапы ОКР . Сущность и этапы процедуры проектирования.

10. Качество и надежность изделия: интегральные показатели.

Определение качества и надежности изделия. Управление надежностью. Интегральный технический показатель качества изделия. Интегральный экономический показатель качества изделия. Техничко-экономическая эффективность изделия.

Основная литература

1. Арутюнова Д. В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / ЮФУ. - Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2014.

Дополнительная литература

1. Аверченков В. И. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Московский психолого-социальный ин-т. - 2-е изд. - М.: Флинта: Изд-во МПСИ, 2010. - 278 с

2. Балдин К. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" / и др. - Москва: Академия, 2008. - 368 с.

3. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент. М.: ЮНИТИ, 2003. – 343 с.

4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Санкт-Петербург: Питер, 2008. - 448 с.

V. МАРКЕТИНГ

1. Сущность маркетинга и комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Сущность маркетинга. Цели и задачи маркетинга на предприятии. Комплекс маркетинга и характеристика его элементов.

2. Комплексное исследование товарного рынка. Маркетинговые исследования. Типичные задачи проведения маркетинговых исследований. Общая схема и этапы проведения маркетингового исследования.

3. Маркетинговая среда и ее структура. Внешняя микро- и макросреда маркетинга. Основные факторы внешней макро- и микросреды

маркетинга.

4. Поведение потребителей. Модель покупательского поведения. Факторы, влияющие на покупательское поведение.

5. Процесс разработки нового товара. Товар и его уровни. Разработка нового товара. Технологические, экономические и маркетинговые оставляющие процесса разработки товара. Методы выработки новых идей и творческого решения проблем.

6. Разработка ценовой политики. Назначение ценовой политики. Характеристики подходов и методов ценообразования. Процесс формирования предприятием цен. Стратегии ценообразования.

7. Сегментация рынка. Сегмент рынка и признаки сегментации рынков. Критерии сегментации и отбора рынков.

8. Система маркетинговых планов. Сущность планирования маркетинговой деятельности. Стадии планирования маркетинга. План маркетинга и его структура.

9. Товар в маркетинговой деятельности. Определения товара и товарной единицы. Классификации товаров. Жизненный цикл товара. Основные этапы жизненного цикла товара и их характеристика. Конкурентоспособность товара.

10. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Продвижение товаров и услуг. Функции продвижения. Виды продвижения. Иерархия воздействия продвижения. Основные этапы процесса разработки рекламной кампании.

Литература

1. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Дело и сервис, 2008.– 704 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В. Основы маркетинга. М.: Вильямс, 2016.– 752 с.

VI. ЛОГИСТИКА

1. Концепция логистического управления. Основные понятия, новизна, цель, 6 правил логистики, функции.

2. Принципы логистики.

3. Современные технологии логистики, источники экономического эффекта.

4. Закупочная логистика. Сущность, актуальность, цели и задачи. Информационные задачи закупочной логистики: задача «сделать или купить», задача «выбора поставщика». Задачи реализации закупок.

5. Производственная логистика. Сущность, актуальность, логистическая и традиционная концепция, задачи производственной логистики, тянущие и толкающие системы.

6. Организация материальных потоков в производстве. Требования к организации и управлению материальными потоками в производстве, логистические концепции MRP (планирование потребности в материалах) и JIT (точно в срок), сущность, преимущества и проблемы.

7. Логистика распределения и сбыта. Сущность, актуальность, задачи, виды каналов распределения, типы посредников.

8. Логистика запасов. Сущность, причины создания запасов, затраты на создание и хранение запасов, виды запасов.

9. Основные подходы к управлению запасами. Задачи управления запасами, понятие нормы запаса, три группы методов нормирования запасов, типы спроса, изменение уровня запасов при различных типах спроса и подходах к управлению запасами.

10. Складская логистика. Актуальность складской логистики, понятие склада, виды складов по месту в процессе движения МП, основное назначение, цель и задачи, функции складов, три части логистического складского процесса.

11. Транспортная логистика. Актуальность транспортной логистики, основные задачи. выбор способа перевозки, характеристика видов транспорта.

Литература

1. Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области

логистического управления: учебно-метод. пособие. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009.–79 с.

2. Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления (ч. 3): учебно-метод. пособие. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.–116 с.

3. Алесинская Т.В. Основы логистики: общие вопросы логистического управления: учеб. пособие. – Таганрог: ТРТУ, 2005.–120 с.

4. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных заведений. – М.: Дашков и К°, 2013.

5. Логистика: Учебник./ Под ред. Аникина Б.А. – М.: ИНФРА-М, 2017.

6. Неруш Ю.М., Неруш А. Логистика. – М.: Юрайт, 2017.

7. Уотерс Д. Управление цепью поставок. М.: ЮНИТИ, 2003.