

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»

ПРОГРАММА
вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки
43.04.01 СЕРВИС
на 2018/2019 учебный год

Вступительный экзамен проводится в устной форме в виде собеседования.

В процессе собеседования оценивается уровень входных компетенций по дисциплинам – «Экономика предприятия», «Менеджмент» и «Маркетинг», которые составляют основу профессиональной подготовки бакалавра (специалиста).

В процессе вступительного испытания проверяются компетенции претендентов в объеме образовательной программы бакалавра (специалиста), по направлениям 43.04.01 Сервис и дается объективная оценка способностей лиц, поступающих по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры.

Количество задаваемых вопросов – 3.

Время подготовки к ответу – 15 минут.

Время ответа на каждый вопрос – не более 5 минут.

В зависимости от полноты ответа поступающему могут быть заданы от 1 до 3 дополнительных вопросов.

Использование справочной литературы и информационно - коммуникационных средств не допускается.

Максимальное количество баллов за вступительное испытание – 100 баллов, минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 40 баллов.

**Перечень разделов и вопросов:
ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ»**

1	ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА
1	Управление конфликтами
2	Сущность управленческой деятельности. Уровни управления. Объект и субъект управления
3	Структура управления организацией
4	Типы организационных структур
5	Сущность и история возникновения понятия «менеджмент»
6	Понятие организации. Фазы в жизни организации.
7	Характеристика и элементы организации
8	Основные школы менеджмента
9	Системы мотивации и стимулирования труда
10	Виды внутрифирменного планирования, их содержание и цели
11	Основные принципы управления
12	Функции управления
13	Виды внутрифирменного контроля
14	Культура управленческого труда. Понятие и основные элементы
15	Методы управления
16	Понятие и источники власти
17	Основные стили руководства
18	Понятие коммуникации. Коммуникационный процесс, его элементы и этапы
19	Коммуникационные барьеры и способы их преодоления
2	РАЗРАБОТКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
1	Характеристики и факторы качества управленческих решений
2	Процесс управления и управленческие решения
3	Процесс принятия управленческого решения и его структура
4	Типология управленческих решений
5	Принципы и методы анализа управленческих решений
6	Применение научных подходов к разработке управленческих решений

3	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
1	Сущность и содержание стратегического менеджмента
2	Стратегический анализ и диагностика внешнего окружения компании
3	Этапы разработки стратегии компании
4	Виды стратегических целей и их ранжирование
5	Варианты воздействия внешнего окружения: возможности и угрозы
6	Цели, задачи и инструменты анализа внешней среды
7	Анализ внутренней среды компании: сильные и слабые стороны
8	Классификация стратегий и условия их применения
9	Структура и масштабы конкуренции. Ключевые факторы успеха
10	Определение привлекательности отрасли

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»

1	СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА
1	Классификация видов маркетинга
2	Принципы и функции маркетинга
3	Маркетинговый и сбытовой подход к управлению
4	Роль маркетинга в управлении фирмой
5	Маркетинг как вид деятельности, наука и философия бизнеса
6	Внешняя и внутренняя среда маркетинга
7	Целенаправленный и комплексный характер маркетинга
8	Основные концепции эволюции маркетинга
2	МАРКЕТИНГ - МИКС
1	Товар и товарная политика – ядро маркетинговой стратегии организации
2	Конкурентные преимущества и оценка конкурентоспособности товара
3	Вертикальные маркетинговые системы
4	Марочная политика, виды марок
5	Сбытовая политика и схемы товародвижения
6	Коммуникативная политика. Основные и синтетические средства коммуникации

	7	Факторы выбора канала товародвижения. Вертикальный и горизонтальный рынок
	8	Ценовая политика и ценовые стратегии. Тактика ценообразования
	9	Интегрированные маркетинговые коммуникации
	10	Методы ценообразования в маркетинге
3	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	
	1	Виды опросов. Открытые и закрытые вопросы. Требования к анкетам
	2	Сущность, объекты и виды маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации
	3	Виды экспериментов и их роль в маркетинге
	4	Принципы STP: сегментация, целевой рынок и позиционирование товара
	5	Основные виды наблюдений и требования к их проведению
	6	Виды целевого маркетинга
4	УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ И ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГА	
	1	Бюджет маркетинга и методы его определения
	2	Маркетинговая программа, ее содержание
	3	Особенности маркетинга в сфере обслуживания
	4	Интернет - маркетинг
	5	Международный маркетинг и его виды

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ»

1	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	
	1	Понятие, классификация и структура основных средств
	2	Производственная программа, производственная мощность
	3	Износ и амортизация основных средств, методы амортизации
	4	Показатели использования основных средств
	5	Инвестиции и инновации, эффективность инвестиционных проектов
2	ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА	
	1	Понятие и состав оборотных средств
	2	Классификация оборотных средств
	3	Показатели использования оборотных средств

3	КАДРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА
1	Производительность труда и методы её измерения
2	Состав и структура кадров
3	Значение и факторы роста производительности труда
4	ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ
1	Роль и функции оплаты труда
2	Системы и формы оплаты труда
3	Понятие себестоимости продукции, ее виды
4	Классификация затрат на производство
5	Факторы и показатели изменения себестоимости продукции
5	ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, ФУНКЦИИ ЦЕНЫ. НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА РФ
1	Прибыль организации и ее распределение
2	Доходы и расходы организации
3	Показатели рентабельности
4	Сущность налогов и их признаки
5	Виды и ставки налогов
6	Виды цен, основные стратегии и методы ценообразования
7	Функции цены, система цен и тарифов
8	Участие государства в ценообразовании

Критерии оценки собеседования:

Балл	Критерий ответа
85-100	<p>Представлены исчерпывающие ответы на все вопросы. Наиболее полно и без ошибок раскрыта суть вопросов, продемонстрировано знание дополнительных компетенций. Показаны способности к ведению диалога, глубокие теоретические знания и умение связывать теорию с практическим решением вопросов будущей профессиональной деятельности.</p>
70-84	<p>Представлен полный ответ на заданные вопросы. Раскрыта суть вопросов с незначительными неточностями. Показаны хорошие способности к аналитическому мышлению и синтезу информации, скорректированы неточности в ответе после наводящих вопросов.</p>
55-69	<p>Представлен достаточно полный ответ на заданные вопросы, но допущены незначительные ошибки, не влияющие на суть вопроса и не ставящие под сомнение теоретические знания абитуриента в предметной области. Абитуриент обладает способностями к анализу и интерпретации информации.</p>
40-54	<p>Представлен общий ответ, допущены ошибки или нет ответа на часть вопросов. Показаны способности ориентироваться в информации, с помощью наводящих вопросов, выявлены способности к анализу информации. Уровень подготовки абитуриента достаточный для усвоения информации и овладения профессиональными компетенциями при обучении по образовательным программам высшего образования - программам магистратуры. Навыки анализа и использования информации средние.</p>
0-39	<p>Отсутствует ответ на все или большинство вопросов либо ответ поверхностный. Отсутствуют достаточные теоретические знания. Абитуриент не обладает способностями, достаточными для освоения данной образовательной программы высшего образования.</p>

Список рекомендуемой литературы:

1	МЕНЕДЖМЕНТ
1	Аакер Дэвид Стратегическое рыночное управление. - Спб.: Питер, 2014
2	Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989, 520с.
3	Веснин В.Г. Мененджмент. Учебник. - М.: Проспект, 2016. - 614 с.
4	Ивасенко А.Г, Никонова Я.И., Плотникова Е.Н. Разработка управленческих решений. - М.: КноРус, 2014, 168 с.
5	Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: учебник. - М.:Магистр, 2012. – 520 с.
2	МАРКЕТИНГ
1	Алешина И.В. Маркетинг для менеджеров: учеб. пособие. - М.: ФАИ Р - ПРЕСС, 2013.
2	Багиев ГЛ. Маркетинг/ ГЛ. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. - СПб.: Питер, 2012.
3	Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. – 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра - М, 2013. - 392 с.
4	Березин И.С. Маркетинг и исследование рынка. М.: Русская Деловая Литература, 2013.
5	Божук С. Г., Ковалик Л. Н., Маслова Т. Д., Розова Н. К., Тэор Т. Р. Маркетинг: Учебник для вузов. 4 - е изд. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2012. – 448 с.
6	Гольштейн Г.Я., Катаев А.В. Маркетинговые решения по распределению товаров и услуг. – М.: 2015.
7	Ивашенко Н.С. Товарная политика текстильного предприятия: Учебник. - М.: НИЦ ИНФРА - М, МГУДТ, 2015.
8	Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика/ Е.П. Голубков. - М.: Финпресс, 2010.
9	Ивашенко Н.С., Исааков Г.С. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – М.: РИО МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2010. – 123 с.
10	Калужский М.Л. Практический маркетинг: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2012. – 176 с.
11	Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра - М, 2013. - 216 с.
12	Коротков А. В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2012 г. 304 с.
13	Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2009.
14	Наумов В.Н. Стратегический маркетинг: Учебник / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА - М, 2014. - 272 с.

3	ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ
1	Баскакова О. В. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: Учебник / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2013. - 372 с.
2	Алексейчева Е. Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – 2 -е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 292 с.
3	О.И. Волков, В.К. Скляренко. Экономика предприятия: Учебное пособие. – 2 -е изд. - М.: НИЦ Инфра - М, 2013. – 264 с.
4	В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк. Экономика фирмы (организации, предприятия): Учебник / -2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА - М, 2014. - 296 с.
5	В.Д. Грибов, В.П. Грузинов Экономика предприятия: Учебник. Практикум – 5 - е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра - М, 2015. - 448 с.
6	Лифшиц А.С. Управленческая экономика: Учебное пособие. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА - М, 2016. -121 с.
7	А.С. Паламарчук. Экономика предприятия. Учебник. - М. : НИЦ ИНФРА - М, 2016. - 458 с. - ЭБС znanium
8	Фурсов, В.А. Экономика предприятия (фирмы) [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / В.А. Фурсов, Н.В. Лазарева, В.В. Куренная. - М.: ИТК Дашков и К, 2013. – 348 с.