

УТВЕРЖДЕНА

Ученым Советом

Института мировой экономики и бизнеса
Протокол № 3 от «19» ноября 2015 г.

Председатель _____ Н.П.Гусаков

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ**

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

ПРОГРАММА

**Междисциплинарного вступительного экзамена
в магистратуру по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент»**

**Магистерская программа
«УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ БИЗНЕСОМ»**

Программа составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**.

Основные разделы программы

Раздел 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Теория менеджмента

Теория управления: управление как потребность и как фактор успеха деятельности, сущность и содержание управления, место теории управления в системе современных знаний, специфика управленческой деятельности, современные проблемы управления.

Генезис теории управления: управленческие революции, возникновение научной теории управления, классификация подходов и школ управления, национально-региональные модели управления, истоки и тенденции развития российского управления.

Закономерности и принципы управления: субъективные и объективные факторы в управлении; закономерности управления, зависимость процессов управления функционированием и развитием, соотносительность субъекта и объекта управления, соответствие целей управления целям организации; классификация принципов управления.

Функциональные основы теории управления: разделение, специализация и кооперация управленческого труда; функциональная организация труда работников

управления; общие и специализированные функции управления, потребность в системе управления.

Процесс и механизм управления: понятие процесса управления; операции процесса управления; свойства, характеристики и основные этапы процесса управления; типология процессов управления; понятие механизма управления, стихийное и сознательное формирование механизма управления; нравственные ограничения в использовании средств управления.

Понятие организации как объекта управления. Стадии жизненного цикла развития организации. Внутренняя среда и ее переменные: цели, структура, задачи, технология, люди, реальные результаты. Организационная культура: понятие, элементы, функции, виды. Имидж организации. Внешняя среда: факторы прямого и косвенного воздействия. Закономерности организации, их классификация. Современные тенденции развития фирм: виртуальная, обучающаяся, сетевая.

Ресурсы управления: человеческие, материальные, информационные, финансовые ресурсы управления; роль человека в процессах управления; информация как ресурс управления, информационные системы и технологии; экономическое содержание ресурсов управления.

Цели и целеполагание в управлении: роль цели в организации и осуществлении процессов управления, классификация целей, построение дерева целей; сочетание разнообразия целей и функций менеджмента; система управления по целям; стратегия и тактика управления.

Разработка управленческих решений: понятие и классификация управленческих решений, основополагающие элементы деятельности, условия и критерии принятия решений, процесс и модели принятия управленческих решений, реализация управленческих решений.

Управление коммуникациями: роль коммуникаций в деятельности организации, классификация коммуникаций, уровни и виды коммуникаций, коммуникационный процесс, принципы управления коммуникациями.

Система управления: понятие системы управления, распределение функций, полномочий и ответственности, принципы построения систем управления, факторы формирования систем управления; понятие звена управления, разработка комплекса функций обособляемого звена системы управления, типология систем управления.

Централизация и децентрализация управления: полномочия и факторы их распределения; делегирование полномочий в процессах управления, функциональное содержание полномочий; выбор и регулирование степени централизации управления.

Сущность и виды организационных структур управления: линейная, функциональная, штабная, линейно-функциональная, дивизиональная, проектная, матричная. Проектирование организационных структур: подходы, задачи, требования, принципы.

Отношения власти в системе управления: понятие и типология власти; власть и авторитет менеджера; признаки, факторы и проявления неуправляемости; источники власти в управлении организацией; партнерство в процессах менеджмента.

Мотивация деятельности в управлении: мотивы деятельности человека и их роль в управлении, основные понятия и логика процесса мотивации, факторы формирования мотивов труда; использование мотивации в практике менеджмента; факторы эффективности мотивации; современные концепции мотивации.

Лидерство и стиль управления: процессы формирования и основные составляющие лидерства, формальные и неформальные факторы лидерства, проявление лидерства в стиле управления, тенденция развития стиля управления.

Групповая динамика и конфликты: роль группы в поведении и деятельности человека, формирование групп, взаимодействия в группе и в организации; возникновение, проявление и разновидности конфликтов, влияние конфликтов на управление.

Организационные изменения и развитие: природа процесса изменений, организация проведения изменений, внедрение изменений; развитие как фактор стабильности и эффективности, управление функционированием и управление развитием; инновационность и стратегии развития.

Управление качеством и качество управления: качество как объект и характеристика управления, основные черты и особенности управления качеством, разновидности систем управления качеством: зарубежный и отечественный опыт.

Стратегический менеджмент

Теоретические и методологические основы стратегического менеджмента

Исторические корни понятия «стратегия». Особенности стратегического мышления. Стратегическое планирование и управление как направление экономической науки.

Эволюция моделей стратегического менеджмента: Концепция «стратегии» в работах гуру менеджмента (Дж. Куин, К. Эндрюс, Г. Минцберг, Р. Румельт, М. Портер, Г. Хэмел и К. Праалад). Стратегический менеджмент как форма проактивного управления. Модель стратегического менеджмента И. Ансоффа. Модель стратегического менеджмента Ф. Дэвида. Модель стратегического менеджмента Л. Томпсона. Современная концепция процесса стратегического менеджмента.

Стратегическое управление в контексте организационного развития: Организация и бизнес-система современной компании. Жизненные циклы организаций (по Л. Грейнеру) и бизнес-систем (по В. С. Ефремову). Типология стратегий развития бизнес-системы компании.

Стратегический анализ и планирование развития компании

Концепции и методы анализа стратегических позиций компании: Сущность стратегического позиционирования компании. Классические методы стратегического позиционирования. Матрица роста. Матрица BCG. Матрица O-V. Матрица GE/McKinsey. Матрица Shell/DPM. Матрица H-S/LC. Матрица ADL/LC. Матрица риска. Многопараметрические методы стратегического позиционирования. Метод SPACE и его разновидности. Метод вроцлавской таксономии.

Стратегическое прогнозирование динамики бизнес-среды: Особенности развития окружающей среды компании. Реакция бизнес-системы компании на изменения во внешней среде. Причинно-следственные модели прогнозирования. Метод наименьших квадратов. Подбор линейной функции по точкам. Подбор квадратичной функции. Полиномиальная аппроксимация. Модели временных рядов. Метод простого скользящего среднего. Метод взвешенного скользящего среднего. Простое экспоненциальное сглаживание. Экспоненциальное сглаживание методом Хольта. Логико-лингвистические модели прогнозирования. Определение лингвистических переменных. Основные операции с лингвистическими переменными. Построение прогноза путем анализа логико-лингвистических зависимостей. Сценарное прогнозирование. Компоненты сценария. Основы алгебры логики. Разработка сценария методами алгебры логики. Основы теории сетей Петри. Разработка сценария методами анализа сетей Петри.

Стратегическое целеполагание: Стратегическая метая цель: миссия, идея или функция? Методические подходы к формулированию миссии компании. Методические основы синтеза бизнес-идеи. «Гарвардские» модели стратегического целеполагания. Целеполагание через SWOT-анализ. Целеполагание через анализ структуры конкуренции в отрасли. Целеполагание через анализ ключевых компетенций. Целеполагание через анализ ключевых факторов успеха. Целеполагание через анализ поведения лидеров отрасли. Целеполагание методом анализа иерархий. Целеполагание методами теории игр.

Обоснование выбора стратегии развития компании: Условия выбора типовых стратегий развития. Синтез нетиповой стратегии развития.

Организация осуществления стратегии

Механизм стратегического ориентирования компании: Проектирование стратегических изменений в организационной структуре компании. Организация оперативного управления, основанного на стратегических целях.

Анализ соответствия стратегии и организации: Адаптация выбранной стратегии к конкретным условиям функционирования организации. Методы доводки выбранной стратегии. Преодоление внутреннего сопротивления стратегическим изменениям.

Система стратегического контроля развития компании

Сбалансированная система показателей развития компании: Перевод стратегии в критерии, цели и инициативы. Разработка стратегической карты показателей: финансовая составляющая, клиентская составляющая, внутренние процессы, составляющая обучения и развития.

Оценка эффективности стратегического развития: Критерии, методы и показатели оценки эффективности стратегического управления в организации. Внеэкономические факторы эффективности стратегического управления. Управление стратегическими рисками.

Иновационный менеджмент

Возникновение, становление, основные понятия и определения. Социально-экономическая сущность нововведения как объекта управления. Типология нововведения и структура инновационного процесса.

Принципы управления инновационными процессами. Современные тенденции развития инновационного менеджмента. Понятие инновационной политики и уровни, определяющие ее формирование.

НИОКР как сфера бизнеса. Элементы и функции инновационной политики. Организация инновационных процессов. Методы и направления государственного регулирования инновационной сферы. Виды инновационных стратегий.

Рисковый капитал и венчурный бизнес. Модели государственной инновационной политики. Показатели эффективности инновационного проекта. Методы выбора инвестиционных проектов. Порядок оценки инвестиционных проектов.

Финансовый менеджмент

Сущность, функции, цели, задачи, роль и организация финансового менеджмента фирмы. Принципы построения, формы и содержание финансовой отчетности. Балансовый отчет. Отчет о прибылях и убытках (*incomestatement*).

Денежные потоки фирмы: понятие и виды. Методы формирования отчета о движении денежных средств.

Анализ финансового состояния и результатов деятельности фирмы. Сущность и методы финансового анализа. Финансовые коэффициенты, отражающие результаты деятельности фирмы.

Методы финансового планирования фирмы и прогнозирование финансовых показателей.

Финансовая политика и стратегия устойчивого роста фирмы. Фактор времени и анализ денежных потоков в финансовых операциях. Оценка долгосрочных и краткосрочных финансовых активов.

Управление финансовым риском. Показатели оценки риска. Теория инвестиционного портфеля, модели ценообразования активов на рынке капиталов. Операционный и финансовый рычаг. Модель «затраты – объем продаж – прибыль». Понятие операционного и финансового рычагов, их совместный эффект рычагов. Инвестиционная политика фирмы.

Сущность и методы инвестиционных решений. Оценка финансовой состоятельности

и экономической эффективности инвестиций инвестиционного проекта. Учет инфляции при оценке денежных потоков. Принципы разработки бюджета капитальных вложений.

Финансовая политика фирмы. Финансирование хозяйственной деятельности и прогноз денежных потоков инвестиционного проекта. Анализ денежных потоков. Система финансирования хозяйственной деятельности фирмы. Собственные и заемные источники финансирования.

Понятие структуры и стоимости капитала фирмы. Теории структуры капитала. Средневзвешенная и предельная стоимость капитала. Управление структурой капитала. Анализ влияния финансирования на риск и доходность фирмы. Выбор оптимальной структуры капитала. Привлечение иностранного капитала.

Дивидендная политика: типы дивидендов, формы и порядок их выплат. Дивидендная политика и стоимость фирмы. Практические аспекты дивидендной политики. Особенности финансовой политики фирм в России и за рубежом.

Международный бизнес

Сущность, этапы, цели, виды, внешняя и внутренняя среды международного бизнеса.

Понятие и современные особенности международной конкуренции. Отрасль как группа конкурентов. Ромб М.Портера пяти конкурентных сил. Типовые конкурентные стратегии фирмы как способы её позиционирования в отрасли. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества фирмы.

Цепочка создания ценности фирмы как источник ее конкурентоспособности. Виды инноваций, обеспечивающие долгосрочное конкурентное преимущество. Основные факторы удержания долгосрочного конкурентного преимущества и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества самого высокого порядка. Детерминанты конкурентного преимущества различных стран и регионов. Детерминанты «национального ромба» М. Портера. Параметры факторов спроса, стратегии фирм, их соперничество, родственные и поддерживающие отрасли. Факторы региональных преимуществ: специализация производства; присутствие местных потребителей, конкурентоспособных поставщиков, родственные отрасли; среда, поощряющая инвестиции, конкуренция фирм и отраслей на уровне региона. Кластеры и конкурентные преимущества региона.

Цели, сущность, факторы и причины становления и развития международного бизнеса. Уровни интернационализации бизнеса. Стимулы, мотивы и модели международного бизнеса. Новые рынки сбыта; доступ к дешевым и уникальным ресурсам; получение конкурентных преимуществ; высокие технологии и другие особенности международного предпринимательства. Факторы, воздействующие на развитие современной среды бизнеса на международных сегментах.

Выбор стран и рынков для ведения бизнеса: анализ шансов и рисков, связанных с выходом на внешние рынки; оценка собственных возможностей ведения международного бизнеса; анализ, оценка и выбор принимающих стран и партнеров; обоснование способа ведения бизнеса в принимающей стране.

Маркетинг

Стратегические подходы к управлению маркетингом: 1) цели маркетинговой деятельности компаний, виды и классификация маркетинговых стратегий, процесс стратегического маркетингового планирования; 2) стратегии достижения целевых рынков: недифференцированный (массовый маркетинг), дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, индивидуальный маркетинг; 3) целевой маркетинг: сегментирование рынка, выбор целевых рынков и позиционирование. Переменные и критерии сегментирования рынка; 4) стратегия позиционирования, виды

позиционирования, особенности сегментирования и позиционирования на потребительском и промышленном рынках.

Поведение потребителей, модель потребительского поведения, стимулы и факторы, влияющие на поведение потребителя, процесс принятия решения о покупке.

Основные маркетинговые инструменты, используемых в управлении компанией:

1) управление продуктом - продукт и его виды, уровни продукта, маркетинговая классификация продуктов. Ассортиментная политика компании. Параметры ассортимента: глубина, ширина, устойчивость. Марочная политика: бренд и марка, виды марок, марочные стратегии, процесс разработки и управления брендом. Особенности брендинга на промышленном и потребительском рынках. Концепция жизненного цикла продукта. Маркетинговые аспекты процесса разработки нового продукта. Упаковка и маркировка, гарантии и сервис.

2) маркетинговые каналы распределения продукции - Типы маркетинговых каналов для промышленного и потребительского рынков. Функции посредников. Выбор типа маркетингового канала. Управление каналами распределения. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные и гибридные маркетинговые системы. Розничные и оптовые посредники: их роль, функции в маркетинговом канале, их маркетинговые стратегии. Прямой маркетинг.

3) интегрированные маркетинговые коммуникации - Коммуникации и маркетинг. Модель коммуникации. Цели маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций: реклама, личные продажи, публик рилейшнз, стимулирование сбыта, их сильные и слабые стороны. Критерии выбора и сочетание средств маркетинговых коммуникаций. Процесс разработки маркетинговой коммуникации.

4) цены и ценообразование в маркетинге - Цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Цели ценовой политики компании. Стратегии ценообразования. Тактические решения в области ценообразования: установление исходной цены и корректировка цен. Методы установления исходной цены. Факторы, влияющие на установление и изменение цен.

Организационные вопросы управления маркетингом в организации.

Управление человеческими ресурсами

Сущность, цели, функции, организационная структура системы управления персоналом в современной фирме / организации.

Планирование потребности в персонале. Технологии найма, отбора, приема и расстановки кадров. Разработка критериев отбора и определение требований к кандидатам. Привлечение и отбор кандидатов. Цели и структура отбора персонала. Анализ документов кандидата: резюме, сопроводительные и рекомендательные письма. Интервью как ключевой метод оценки кандидата. Основы профориентации и трудовой адаптации персонала. Критерии успешности адаптации.

Выбор методов оценки. Оценочные шкалы. Управленческие решения по итогам аттестации. Проблемы сокращения / увольнения персонала. Разработка различных систем развития и обучения.

Технологии управления социальным развитием. Специфика организации обучения персонала. Цели и задачи, виды и методы обучения / переобучения. Сущность технологий текущей деловой оценки и аттестации. Управление деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением кадров. Технологии управления кадровыми нововведениями.

Формирование кадрового резерва. Системы управления карьерой персонала в современной организации. Разработка систем мотивации, стимулирования и вознаграждения. Мониторинг удовлетворенности трудом. Показатели эффективности (KPIs). Структура компенсационного пакета. Построение систем КТУ, «грейдов», премиальной системы. Зависимость премирования сотрудника от выполнения им целей

фирмы / подразделения. Соотношение постоянной и переменной части в структуре личного трудового вклада и дохода для различных категорий персонала. Разработка социальных программ.

Управление поведением персонала. Управление конфликтами и стрессами. Взаимосвязь стратегии организации и стратегии управления персоналом.

Рекомендуемая литература по разделу 1

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов / Ред. Багиев Г.Л. — СПб.: Питер, 2010.
2. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков.- М.: Русская Деловая Литература, 2009.
3. Борисова Е.А. Управление персоналом для современных руководителей. – СПб., 2003.
4. Бурчакова М.А., Хожемпо В.В. Менеджмент. – М.: Издательство РУДН, 2006
5. Веснин В.Р. Менеджмент. – М.: Проспект, 2012.
6. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: Учебник. – М., 2007.
7. Виханский О.С., Наумов А.Д. Менеджмент. — М.: Магистр, 2014.
8. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. — М.: Омега-Л, 2010.
9. Владимиров И.Г. Международный менеджмент. – М.: КНОРУС, 2013.
10. Дафт Р.Л. Менеджмент. 10-е издание, Серия: Классика МВА Пер. с англ. –СПб: Питер, 2014 г.
11. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
12. Дэниелс Джон Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. Пер.с англ., 9-е изд. — М.: “Дело ЛТД”. 2011.
13. Зайцев Л. Г., Соколова М. И. Стратегический менеджмент. Учебник. - М.: Экономист, 2007, 416 с.
14. Зельдович Б. З. Менеджмент. Учебник для вузов. – М.: Экзамен, 2007.
15. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – М.: КНОРУС, 2011.
16. Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента. — М.: ДеКа, 2004.
17. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Учебник. — СПб.: Питер, 2011.
18. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – М.: Альпина Паблишер, 2015.
19. Кратко И.Г. Международное предпринимательство: Уч. пособ. — М.: «ИНФРА-М», 2001.
20. Курс МВА по менеджменту. / Под ред. Коэна Алена Р. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
21. Лапыгин Ю.Н., Лапыгин Д.Ю. Стратегический менеджмент. — М.: ЭКСМО, 2010.
22. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент: учебник — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Эксмо, 2012.
23. Лукичева Л. И., Егорычев Д. Н. Управленческие решения. Учебник. Серия: Высшая школа менеджмента. – М.: Омега-Л, 2007.
24. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу/ Р.Б.Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. — М.: Экономистъ, 2012.
25. Международный менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича. — СПб: Питер, 2010.
26. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. /Пер. с англ. —Учебник.- М.: Дело ЛТД, 2010.
27. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: «ИНФРА-М», 2012.
28. Ноздрева Р.Б. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 10. — М.: «ИНФРА-М», 2009.
29. Организационное поведение. Под ред. Г.Р. Латфулина. – СПб.: Питер, 2007.

30. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: Учебник для бизнес-школ. – М.: Норма, 2011.
31. Парахина В.Н. и др. Теория управления. Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2008.- 608 с
32. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. 3-е изд. — М.: Международные отношения, 2009.
33. Роббинс Стивен П., Коултер Мэри. Менеджмент. – М.: Вильямс, 2007.
34. Румянцева З.П. Общее управление организацией. – М.: «ИНФРА-М», 2010.
35. Сергеев А.М. Организационное поведение. – М.: Академия, 2008.
36. Стратегический менеджмент. / Под ред. А.Н. Петрова. — СПб.: Питер, 2008.

Раздел 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Микро- и макроэкономика

Экономика: наука и хозяйство. Микроэкономика и макроэкономика. Экономическая теория и прикладная экономика. Прикладные экономические дисциплины. Экономический анализ и экономическая политика. Экономические институты. Экономическая модель. Методы исследования экономических явлений.

Экономическая система: понятие и характеристики. Различные подходы к классификации экономических систем. Собственность: социально-экономические характеристики типов собственности. Субъекты и объекты собственности. Формы собственности. Роль собственности в формировании экономической системы. Социально-экономические типы производства.

Модели поведения потребителя в экономике. Предпосылки анализа предпочтений.

Рыночный механизм и его элементы. Рынок, его виды и структура. Субъекты рыночных отношений. Спрос, предложение, цена как основные элементы рыночного механизма. Взаимодействие спроса и предложения во времени. Модель Вальраса. Модель Маршалла.

Производство в краткосрочном периоде. Различные теоретические подходы к понятию производства и затрат (политэкономический, маржинальный, институциональный). Производительность. Производительность факторов производства. Зависимость производительности от количества и качества производственных ресурсов. Закон убывающей предельной производительности переменного фактора производства.

Затраты в краткосрочном периоде. Генезис категории «стоимость» в экономической теории. Стоимость и затраты. Эффект масштаба (положительный, постоянный, отрицательный). Выручка и доход фирмы. Валовая, средняя и предельная выручка фирмы. Бухгалтерская и экономическая прибыль. Условие максимизации прибыли.

Совершенная и несовершенная конкуренция на рынке в коротком периоде. Конкуренция и структура рынка. Предложение фирмы совершенного конкурента. Монополия. Естественная монополия. Модель монопольного рынка по сравнению с рынком совершенной конкуренции. Ценовая дискриминация: понятия и виды. Антимонопольное регулирование. Олигополия. Основные допущения моделирования олигополии. Модели олигополистического поведения. Неценовая конкуренция: дифференциация продукта, качество, гарантии, обслуживание и реклама. Равновесие ФМК при ценовой и при неценовой конкуренции.

Рынок ресурсов. Особенности факторных рынков. Допущения построения модели рынка труда. Несовершенная конкуренция на рынке труда. Монопольная власть на рынке труда. Модель равновесия на монопольном рынке труда. Влияние профсоюзов на рынки труда. Монопсония на рынке труда. Двусторонняя монополия на рынке труда. Особенности рынка капитала и земли.

Экономическая эффективность и теория благосостояния. Социальная справедливость. Неравенство доходов и перераспределение доходов государством; налоги и трансферты.

Случаи несостоятельности рынка. Рыночный механизм и экологические проблемы. Способы нейтрализации отрицательных последствий внешних эффектов: административные и экономические. Основные направления экономической деятельности государства.

Особенности макроэкономического анализа. Основные макроэкономические показатели.

Модель макроэкономического равновесия AD-AS. Модели макроэкономической нестабильности. Экономический рост. Экономическое развитие. Уровень благосостояния. Качество жизни. Безработица. Экономические циклы. Инфляция и покупательная способность денег. Меры борьбы с инфляцией. Банковская система. Деньги и денежный рынок. Монетарная политика. Налоги. Бюджет. Фискальная политика.

Равновесие на товарном рынке. Простая кейнсианская модель. Модель мультипликатора. Виды мультипликаторов. Инфляционный и рецессионный разрыв. Государственные расходы и чистый экспорт в кейнсианской модели. Модель равновесия товарного и денежного рынков IS-LM. Рынок труда и совокупное предложение. Спрос, предложение труда. Причины неравновесия на рынке труда. Кривая Филлипса..

Мировая экономика

Мировая экономика и характеристика современного мирового хозяйства. Сущность всемирного хозяйства, факторы, влияющие на взаимосвязи в мировой экономике. Анализ этапов развития мировой экономики, их сущность. Структура мирового хозяйства, место стран в мировой экономике.

Основные направления в теории мировой экономики. Теоретические и концептуальные основы мировой экономики. Современные теории мировой экономики и международных отношений.

Международная торговля. Основные составляющие международного разделения труда, принцип сравнительных преимуществ. Международная специализация и кооперирование в мировой экономике. Виды торговой политики, государственное регулирование международных связей, методы торговой политики. Основные классические теории международной торговли: меркантилистская теория, теория абсолютных преимуществ, теория сравнительных преимуществ. Международная торговля товарами, мировой рынок услуг, международные транспортные и международные таможенные отношения.

Валютно-финансовые и кредитно-денежные отношения между государствами. Содержание и структура валютных отношений, валютная система. Понятие курса валют, конвертируемости валют. Классификация валютных систем. Классический пример валютного союза – Европейская валютная система. Теории валютного курса. Кризис мировой задолженности: причины валютно-финансовых кризисов в мировой экономике, пути их решения.

Основы формирования мирового рынка капитала, рабочей силы: международное движение капиталов и зарубежных инвестиций (разные формы привлечения зарубежных инвестиций), международный обмен технологиями, мировой рынок рабочей силы и регулирование международной трудовой миграции.

Международная экономическая интеграция: формирование и регулирование интеграционных процессов в мировой экономике

Глобальные проблемы экономического развития. Основные особенности современной мировой экономики, ее основные недостатки. Глобализация, ее преимущества и

отрицательное влияние. Основные проблемы современности: демографическая и экологическая проблемы.

Экономическая характеристика отдельных стран мира. Основные показатели стран в системе национальных счетов различных стран мира (развитые, развивающиеся, страны с переходной экономикой).

Рекомендуемая литература по разделу 2

1. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика. Учебник. 6-е изд. / Под общ. ред. А.В.Сидоровича. - М.: МГУ - Дело и сервис, 2007.
2. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2008.
3. Басовский Л.Е. Мировая экономика: Курс лекций. – М.: ИНФРА–М, 2012.
4. Булатов А.С., Ливенцев Н.Н. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник. – М.: Магистр, 2010.
5. Государственные и муниципальные финансы. Учебник. Под общ. ред. И.Д.Мацкуляка. - М.: Изд-во РАГС, 2007.
6. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория. Учебник. М.: Инфра-М, 2005.
7. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория. Учебник. Под общ. ред. А.А. Аузана. – М.: Инфра-М, 2010.
8. История экономических учений. Под ред. В.Автономова, О.Ананьина, Н.Макашевой. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2008.
9. История экономических учений. Современный этап / Под ред. А.Г. Худокормова. - М., 2005
10. Куликов Л.М. Основы экономической теории. - М.: Финансы и статистика, 2006.
11. Курс экономической теории. Учебное пособие. 3-е изд. / Рук. авт. колл. А.В. Сидорович. – М.: МГУ – Дело и Сервис, 2005.
12. Ломакин В.К. Мировая экономика: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
13. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. 16-ое издание. Пер. с англ. - М.: Инфра-М, 2009.
14. Микроэкономика. Теория и российская практика. Учебник/под.ред. А.Г. Грязновой и А.Ю.Юданова. - М.: Кнорус, 2005.
15. Мировая экономика и международный бизнес. Учебник для вузов. (Государственный университет управления). /Под ред. д.э.н., проф. В.В. Полякова и д.э.н. Р.К. Щенина. – М.: КНОРУС, 2008.
16. Мировая экономика. Учебник. /Под ред. д.э.н., проф. А.С. Булатова. – М.: Экономистъ, 2005.
17. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. Пер. с англ. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010.
18. Покидченко М.Г., Чаплыгина И.Г. История экономических учений. М., 2005.
19. Пономаренко Е.В., Исаев В.А. Экономика и финансы общественного сектора. Учебник. – М.: Инфра-М, 2007.
20. Станковская И.К. Экономическая теория: Полный курс МВА. М.: Эксмо, 2005.
21. Финансы, налоги и кредит. Учебник. Общ. ред. Мацкуляк И.Д. – М.: РАГС, 2007.
22. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учебник для студентов, обучающихся по экон. и управлен. спец. / Рос. экон. акад. им. Г.В.Плеханова. - М.:

Вопросы

для вступительного экзамена в магистратуру по направлению «Менеджмент»

1. Основополагающие идеи классической школы менеджмента. Современные школы менеджмента.
2. Основные принципы системного и ситуационного подходов в теории управления.
3. Классические теории управления (Тейлор, Мейо, Файоль и др.)
4. Управленческая деятельность: понятие, основные виды, элементы.
5. Стратегия и тактика управления.
6. Особенности стратегий управления в агрессивной внешней среде.
7. Факторы внутренней и внешней среды организации.
8. Основные понятия, функции, и этапы процесса стратегического планирования.
9. Стратегические аспекты управления и процесс целеполагания.
10. Иерархия стратегических намерений.
11. Виды стратегий. Разработка стратегии.
12. Характеристика иерархических организационных структур управления.
13. Характеристика органических организационных структур управления.
14. Дивизиональные структуры управления.
15. Основные понятия и механизм мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации.
16. Понятие и виды коммуникации. Общая модель коммуникационного процесса. Характеристика элементов процесса коммуникаций.
17. Классификация и этапы процесса принятия управленческих решений.
18. Понятие лидерства. Поведенческие теории лидерства. Ситуационные теории лидерства.
19. Модели управления в социальных системах.
20. Содержание и логика развития систем управления в условиях информационного общества.
21. Модель конкурентных сил в отрасли
22. Организация процесса профессионального контроля управленческой деятельности.
23. Понятие и классификация организационных изменений. Источники организационных изменений. Этапы процесса организационных изменений.
24. Модель изменений К. Левина.
25. Модель управления изменениями Л. Грейнера.
26. Теория Е и теория О организационных изменений.
27. Причины сопротивления изменениям. Методы преодоления сопротивления изменениям.
28. Принятие управленческих решений: проблема оптимизации.
29. Конкуренция: понятие, виды.
30. Проблема выбора конкурентных стратегий и определения конкурентных преимуществ.
31. Основные проблемы и ключевые функции оплаты труда.
32. Валовой национальный продукт и методы его исчисления.
33. Занятость и безработица: понятия, основные формы.
34. Финансово-кредитная система, сущность и функции.
35. Инфляция: ее сущность, формы, последствия. Антиинфляционная политика.
36. Бюджетный процесс в РФ.
37. Процессы глобализации в мировом хозяйстве: особенности движения товаров, капиталов, технологии, информации, рабочей силы.
38. Основные рыночные структуры: совершенная и монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, монополия.

39. Сущность, принципы и функции маркетинга.
40. Эволюция концепции управления маркетингом.
41. Маркетинговая среда организации.
42. Модель покупательского поведения.
43. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
44. Значение и классификация маркетинговой информации.
45. Процесс маркетингового исследования. Методы маркетинговых исследований.
46. Сегментирование рынка. Критерии сегментации.
47. Этапы разработки нового товара. Концепция жизненного цикла товаров.
48. Разработка марочной политики предприятия. Планирование товарной политики.
49. Инструменты маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
50. Экономические системы. Критерии классификации экономических систем.
51. Типы рыночных структур, модели рынка. Общее рыночное равновесие. Эффективность рынка.
52. Кейнсианская модель совокупного спроса, ее особенности.
53. Классическая теория формирования уровня национального производства.
54. Потребление, сбережения и инвестиции в экономической теории.
55. Государственные расходы, чистые налоги и равновесный ВВП. Мультипликаторы. Условия макроэкономического равновесия с учётом государственного сектора.
56. Основные направления, инструменты, проблемы бюджетно-финансовой политики государства.
57. Теория спроса на деньги. Основные направления, инструменты, проблемы денежно-кредитной политики государства.
58. Экономический рост: сущность, факторы, типы экономического роста.
59. Экономические циклы: виды, динамика. Теории экономических циклов.
60. Правила, нормы и институты. Формальные и неформальные институты.
61. Транзакционные издержки: классификация, методы количественной оценки.
62. Теория государства в институциональной экономической теории.
63. Провалы рынка, их причины, экономическая роль государства.
64. Общественные блага и их свойства. Причины сбоев рынка в случае общественных благ. Производство общественных благ.
65. Государственные расходы, их основные направления на разных уровнях бюджетной системы.
66. Современные направления бюджетно-налоговых реформ в России.
67. Экономическая теория марксизма. Теория стоимости, теория общественного воспроизводства.
68. Неоклассическая экономическая теория: представители, характеристика, предмет исследования.
69. Кейнсианство, некейнсианство, посткейнсианство: характеристика этих направлений, основные представители.
70. Монетаризм: основные положения экономической теории, представители.
71. Классификация стран-участниц мирового хозяйства. Положение групп и отдельных стран в мировом хозяйстве по основным показателям.
72. Механизм взаимодействия национальных экономик в системе мирового хозяйства. Формы международного обмена, сотрудничества и взаимопомощи.
73. Транснациональные корпорации в мировой экономике.
74. Международные организации и их роль в формировании мирового экономического порядка.
75. Состав природных ресурсов, их роль в мировой экономике, распределение между странами.

76. Количественные и качественные характеристики мировых трудовых ресурсов и их использование. Проблема занятости.
77. Прямые иностранные инвестиции: мировые потоки, их распределение по отраслям и по странам.
78. Основные сдвиги в отраслевой структуре мирового хозяйства. Изменения в отраслевой структуре развивающихся и переходных стран.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Экзамен проводится в письменной форме. На выполнение экзаменационной работы отводится 180 минут.

Экзаменационный билет содержит 3 вопроса, имеющие, как правило, комплексный междисциплинарный характер, на которые необходимо дать развернутый и подробный письменный ответ. При оценке ответа учитывается полнота знаний теорий, концепций, законов и кодексов, осмысление теоретических и научно-практических аспектов проблемы, способность формулировать и обосновывать собственное видение социально-экономических процессов в жизни общества.

Первые два вопроса оцениваются максимально в 33 балла, а третий – в 34 балла. Максимальная итоговая оценка за экзамен – 100 баллов.

Руководитель программы _____



В.С.Ефремов