

ПРОГРАММА

вступительного испытания в магистратуру по направлению 38.04.02
«Менеджмент» по дисциплине «Менеджмент»

1. Сущность и предмет менеджмента. Различные трактовки менеджмента, их взаимосвязь. Менеджмент и управление.
2. Общие функции менеджмента, их характеристика.
3. Уровни управления. Факторы проектирования и распределения полномочий в организации.
4. Школы и подходы к менеджменту. Их историческое развитие.
5. Понятие об управляющей и управляемой системах, их взаимосвязь.
6. Принципы менеджмента, их развитие, современная парадигма управления.
7. Представление об организации (предприятии), признаки ее открытости, управленческая деятельность менеджеров в организации.
8. Внутренняя среда организации. Понятие, переменные внутренней среды, их характеристика.
9. Внешняя среда предприятия среди прямого и косвенного действия, факторы внешней среды.
10. Учет психологии личности и социального статуса работников в менеджменте.
11. Группы и их значимость в управлении. Развитие неформальных групп. Пути повышения эффективности групп.
12. Власть, влияние, лидер. Формы власти, их положительные и отрицательные стороны, убеждение и участие.
13. Обзор теорий лидерства, их историческое развитие. Классификация стилей лидерства.
14. Система методов управления.
15. Мотивация как функция менеджмента. Содержательные и процессуальные теории мотивации.
16. Природа конфликтов на предприятии и управление конфликтной ситуацией.
17. Социальная ответственность и этика бизнеса.
18. Виды организационных структур управления предприятием.
19. Новое в типах организационных структур. Адаптивные структуры управления.
20. Основы организационного проектирования.
21. Централизация и децентрализация в управлении. Диверсификация и интеграция, департаментизация.
22. Управленческие решения: понятие, виды, классификация.

23. Процесс выработки и реализации управленческих решений.
24. Сущность и процесс контроля. Эффективный контроль.
25. Коммуникационный процесс. Межличностные и организационные коммуникации.
26. Информационное обеспечение управления, современные информационные технологии и технические средства управления.
27. Содержание концепции маркетинга в менеджменте: философия, цели, функции.
28. Определение рынка. Элементы рыночного окружения. Классификация и типы рынков.
29. Сегментация рынка в маркетинговом управлении: цели и принципы сегментирования.
30. Комплекс маркетинга: определение и характеристика
31. Товарная политика предприятия.
32. Ценовая политика предприятия.
33. Сбытовая политика фирмы. Выбор каналов сбыта.
34. Жизненный цикл товара: этапы. Виды кривых ЖЦТ
35. Уровни конкурентоспособности предприятий
36. Предпосылки развития стратегического управления на российских предприятиях. Этапы развития корпоративного планирования.
37. Сущность стратегического менеджмента и особенности стратегических решений.
38. Типы стратегий: корпоративная, деловая, функциональная.
39. Основные этапы стратегического менеджмента. Определение миссии и кредо предприятия.
40. Стратегические группы конкурентов. Конкурентные преимущества предприятия.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И. – М.: Экономистъ, 2006. (гриф МО РФ)
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. (гриф МО РФ)
3. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопал Н.Ю. – М.: ИНФРА-М, 2008. (гриф УМО)
4. Коротков Э.М. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009. (гриф УМО)
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 3-е изд.; пер. с англ. под ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.

6. Менеджмент: Учебное пособие / Под ред. В.В.Лукашевича, Н.И.Астаховой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. (гриф УМО)
7. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2007.
8. Тебекин А.В. Менеджмент организации: Учебник / Тебекин А.В., Касаев Б.С. – М.: КНОРУС, 2007. (гриф МО РФ)

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: Проспект, 2007. (гриф МО РФ) – 217 с.
2. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2007. (гриф УМО) – 296 с.
3. Маркетинг: учеб. пособие /А.П. Мищенко, А.И. Банников, М.Х. Биктемирова [и др.]; под общ. ред. А.П. Мищенко. – М.: КНОРУС, 2006 - 420 с.
4. Маркетинг: учебник / кол. авторов; под ред. проф. Т.Н. Парамоновой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2007. – 360 с.
5. Огарков А.А. Управление организацией: Учебник. – М.: Эксмо, 2006 – 321с.
6. Поршнев А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008.- 296 с. (гриф)
7. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
8. Общий и индустриальный менеджмент: Учебное пособие / Под ред. Р.А. Попова, Г.Я. Рубина. – Краснодар: Изд. КубГТУ, 2006. – 272 с.