

ИТОГОВЫЙ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ЭКЗАМЕН ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 080507.65 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Введение

Общие положения

Итоговый междисциплинарный экзамен по специальности является одним из видов аттестационных испытаний в составе итоговой государственной аттестации выпускников. Он проводится с целью проверки уровня и качества подготовки студентов и учитывает общие требования к знаниям и умениям выпускника, предусмотренные Государственным образовательным стандартом по специальности «Менеджмент организации».

Содержание междисциплинарного экзамена

В состав итогового междисциплинарного экзамена включены 5 дисциплины:

1. Экономическая теория
2. Основы менеджмента.
3. Управление персоналом
4. Маркетинг
5. Теория организации.

На экзамене студенты получают экзаменационный билет, содержащий по одному вопросу из входящих в итоговый экзамен дисциплин: всего - 3 вопроса. 1-й вопрос - по экономической теории, 2-й - по основам менеджмента, 3-й вопрос включает в себя одну из дисциплин: Управление персоналом, Маркетинг, Теория организации.

Порядок проведения междисциплинарного экзамена

Междисциплинарный экзамен принимается экзаменационной комиссией, входящей в состав ГАК. Экзаменационная комиссия формируется из ведущих преподавателей выпускающей кафедры, как правило, преподающих учебные дисциплины, включенные в состав итогового междисциплинарного экзамена. В состав экзаменационной комиссии могут включаться и специалисты предприятий, ведущие преподаватели и научные сотрудники других вузов. Состав экзаменационной комиссии, включая ее председателя и секретаря, утверждается приказом ректора вуза.

В период подготовки к экзамену, студентам предоставляются необходимые консультации по каждой вошедшей в экзамен дисциплине.

При подготовке к ответу студенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарем экзаменационной комиссии листах бумаги со штампом (факультета). На подготовку к экзамену, который проводится в устной форме, студенту дается до 1 академического часа. После ответа на вопросы билета студенту членами экзаменационной комиссии могут быть заданы уточняющие и дополнительные вопросы в пределах перечня, вынесенного на экзамен.

По завершении экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает характер ответов каждого студента, анализирует проставленные каждым членом комиссии оценки и проставляет каждому студенту согласованную оценку по итоговому экзамену в целом по системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». В случае расхождения мнения членов экзаменационной комиссии по итоговой оценке на основе оценок, проставленных членами комиссии,

решение принимается простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

В случае получения студентом по междисциплинарному экзамену итоговой оценки «неудовлетворительно» он не допускается к выполнению и защите дипломного проекта.

Программа итогового междисциплинарного экзамена

«Экономическая теория»

Раздел 1: Основные понятия экономической теории

1.1. Тема: Общие проблемы экономического равновесия.

Предмет экономической теории

Производство и экономика. Богатство общества. Потребности общества и ресурсы. Проблема выбора альтернативного использования ресурсов. Модель кривой производственных возможностей и её познавательной значение. Альтернативная стоимость как издержки упущенных возможностей.

Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом. Что, как и для кого производить? Экономические системы. Основные черты современной смешанной экономики. Проблема транзакционных издержек. Координация выбора в различных хозяйственных системах. Модель человека в экономической теории.

Предмет экономической теории. Методы изучения экономических процессов. Позитивная и нормативная экономическая теория. Основные направления и школы современной экономической теории. Функции экономической теории. Экономическая теория и экономическая политика. Роль государства в современной экономике.

1.2. Тема: Система рыночной организации хозяйства

Товарное производство, условия возникновения и этапы развития. Происхождение и роль денег.

А. Смит о рыночном обмене и принципе «невидимой руки». Рыночная организация хозяйства: потоки товаров и доходов. Виды рынков. Инфраструктура рынка.

Рыночный механизм, характер и последствия его действия. Возможности и ограниченность рыночного механизма. «Фиаско» (провалы) рынка и проблемы их компенсации. Роль государственного регулирования.

Основные модели становления и развития рыночного хозяйства. Две базовых модели рынка: либеральная и специально ориентированная. Особенности современных национальных моделей рыночного хозяйства. Особенности развития рыночной системы в России.

Раздел 2: Микроэкономика

2.1. Тема: Спрос и предложение. Равновесная цена.

Нарушение рыночного равновесия

Понятие спроса. Цена и неценовые факторы изменения покупательского спроса. Кривая спроса, виды изменения спроса. Спрос и полезность. Основы теории потребительского выбора.

Понятие предложения. Цена и неценовые факторы изменения предложения. Кривая предложения и факторы её изменения.

Эластичность спроса и предложения. Коэффициенты эластичности спроса и предложения и их экономическое значение. Методика расчётов коэффициентов эластичности и их практическая значимость. Динамика торговой выручки в зависимости от вариантов изменения эластичности.

Равновесная цена, варианты её формирования и динамики. Основные причины и последствия рыночного равновесия цен. Налогообложение продаж. Контроль над ценами.

2.2. Тема: Основы предпринимательства. Теория фирмы. Организационные формы бизнеса

Сущность, функции и виды предпринимательства. Основные теории фирмы. Цели деятельности фирмы. Типология фирм.

Организационно-правовые формы предпринимательства. Акционерное общество. Современные фирмы крупного, среднего и малого предпринимательства. Индивидуальное предпринимательство. Госрегулирование конкурентной среды.

Основные вехи развития предпринимательства в России. Современные проблемы развития предпринимательства и конкурентной среды в России.

2.3. Тема: Издержки производства. Положение фирмы на рынках совершенной и несовершенной конкуренции

Издержки производства: экономическая природа, принципы классификации. Постоянные, переменные, общие и средние издержки. Предельные издержки: сущность и роль в деятельности рыночной фирмы. Семейство кривых средних и предельных издержек. Экономические и бухгалтерские издержки. Альтернативные издержки. Нормальная прибыль.

Факторы, определяющие положение и поведение конкурентной фирмы на рынке, модель положения фирмы на рынке совершенной конкуренции. Варианты деятельности фирмы. Условия равновесия фирмы.

Модель положения и деятельности фирмы на рынке несовершенной конкуренции. Варианты деятельности фирмы. Условия равновесия.

Виды рынков несовершенной конкуренции. Особенности деятельности фирмы на каждом из них. «Чистая» монополия. Естественная монополия. Олигополия. Монополистическая конкуренция. Государственное антимонопольное регулирование: задачи и методы. Проблемы монополизма в современной рыночной экономике и возможные пути его преодоления.

2.4. Тема: Рынки факторов производства

Особенности и предложение на рынках средств производства. Производственная функция и спрос на ресурсы.

Рынок труда и заработная плата. Спрос, предложение и равновесие на рынке труда. Равновесная ставка заработной платы. Отклонения от равновесия на рынке труда и безработица. Роль основных субъектов рынка труда в формировании уровня заработной платы. Теория человеческого капитала.

Рынок капитала. Капитал как фактор производства. Рынок капитальных активов. Спрос и предложение на рынках заёмных средств (ссудного капитала).

Номинальная и реальная ставка процента. Учёт фактора риска. Дисконтирование и принятие инвестиционных решений.

Рынок земельных ресурсов и земельная рента. Ограниченность предложения земельных ресурсов. Модели рынка земли и образования земельной ренты.

Дифференциальная земельная рента. Проблема формирования рынков земельных ресурсов в современной России. Цена земли как капитального актива.

2.5. Тема: Доходы в рыночной экономике и проблемы их распределения

Ценообразование на факторы производства по А. Смиту. Теория распределения доходов по собственности на факторы производства. Цена труда или заработная плата. Номинальная и реальная заработная плата. Закономерности формирования и динамика заработной платы. Роль профсоюзов и союзов работодателей на рынке труда. Национальные различия уровней заработной платы.

Теория прибыли, её функции в рыночной экономике. Прибыль как доход. Прибыль: нормальная и экономическая. Источники экономической прибыли. Процент на капитал. Ставка процента на денежный капитал. Нормальная и реальная ставка процента. Учёт фактора рисков в процентных ставках. Дисконтирование как определение текущей ценности ресурса. Проблема распределения прибыли.

Понятие экономической ренты. Рента как цена ресурса. Рента и арендная плата. Проблема распределения доходов в обществе. Методы измерения неравенства в распределении доходов: кривая Лоренца и коэффициент Джини.

Раздел 3: Макроэкономика

3.1. Тема: Национальная экономика: результаты и их измерения

Система национальных счетов. Валовой национальный продукт и методы его измерения. Номинальный и реальный ВВП. Валовой национальный продукт и общественное благосостояние. Теневая экономика и её размеры в России.

3.2. Тема: Макроэкономическое равновесие и макроэкономическая нестабильность. Цикличность. Инфляция. Экономический рост

Частное и общее равновесие. Условия равновесия по Вальрасу. Сущность общего (макроэкономического) равновесия национального хозяйства, совокупный спрос и совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие в модели «АД-AS». Кейнсианская модель общего равновесия. Инвестиции и сбережения.

Рыночное неравновесие как нормальное состояние реальных экономических систем. Познавательное значение теорий макроэкономического равновесия.

Макроэкономика и нестабильность: цикличность развития рыночной экономики. Экономический цикл: причины возникновения, характерные черты, периодичность. Виды циклов и их роль в развитии экономической системы. Задачи и основные направления государственного антициклического регулирования.

Макроэкономическая нестабильность и безработица. Теории занятости. Сущность и основные виды безработицы. Гипотеза естественной безработицы. Теория «полной занятости». Закон Оукена.

Инфляция как форма макроэкономической нестабильности. Сущность инфляции, её причины, типы, измерение уровня. Роль инфляции в современном мире. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Механизмы инфляции. Социально-экономические последствия инфляции. Основы и возможности антиинфляционной политики государства. Основные проблемы антиинфляционного регулирования в современной России.

Теория экономического роста. Сущность, факторы, типы и источники экономического роста, его измерение. Проблемы экономического роста в России. Задачи перехода к экономическому росту преимущественно инновационного типа.

3.3. Тема: Денежно-кредитная система и денежно-кредитная политика государства

Денежно-кредитная система рыночного типа. Банковская система государства и принципы её построения. Современная банковская система РФ: состояние и проблемы. Последствия банковско-финансового кризиса 1998 г. Структура современной кредитно-денежной системы России. Роль денежно-кредитной системы в развитии российской экономики.

Рынок денег. Спрос, предложение и равновесие на рынке денег. Структура денежной массы. Денежные агрегаты. Теории спроса на деньги. Основные направления и инструменты кредитно-денежной политики Центрального Банка.

Механизмы воздействия денежно-кредитной политики на национальное производство. Политика «дорогих денег». Политика «дешёвых денег». Основные направления валютной политики Центрального Банка. Проблема полной конвертируемости рубля.

Инструменты регулирования денежного рынка. Операции на открытом рынке. Политика учётной ставки (дисконтная политика). Изменения нормы обязательных резервов. Проблема кредитования реального сектора. Развитие потребительского кредита.

3.4. Тема: Финансовая система. Теория налогообложения.

Фискальная политика государства

Сущность и функции финансов. Финансовая система. Бюджетная система Российской Федерации. Финансовый рынок: структура, механизмы функционирования. Формирование финансового рынка в современной России.

Теория и практика налогообложения. Сущность налогов. Основные виды налогов. Принципы и концепции налогообложения. Основные проблемы реформирования налоговой системы Российской Федерации.

Бюджетный дефицит и государственный долг. Макроэкономические последствия бюджетного дефицита и государственного долга. Основные задачи реформирования бюджетной системы. Бюджетный федерализм.

Финансовая политика государства. Сущность, виды и последствия фискальной политики государства. Встроенные стабилизаторы.

3.5. Тема: Государство в рыночной экономике

Государство как органический элемент рыночной экономики. Государственный сектор рыночной экономики. Макроэкономическое регулирование современной экономики рыночного типа – основополагающий принцип эффективного развития экономики. Система и конфликт целей макроэкономического регулирования.

Основные инструменты макроэкономического регулирования. Роль административного регулирования. Государственное регулирование институциональной среды. Бюджетная политика государства. Налоговое регулирование. Кредитно-денежное регулирование. Проблемы долгосрочного государственного регулирования экономики. Система органов государственного регулирования экономики. Особенности государственного регулирования экономики на региональном уровне. Государственное регулирование экономики и политический бизнес-цикл.

«Основы менеджмента»

Тема 1.1. Предмет и задачи курса «Основы менеджмента»

Задачи изучения дисциплины. Предмет и содержание курса. Управление в социально-экономических системах. Связь теории управления с другими науками и научными дисциплинами. Сущность и задачи менеджмента. Менеджмент как область знания и методологическая база управленческой практики. Менеджмент в условиях рыночной экономики России.

Тема 1.2. Закономерности управления различными системами.

Определение основных понятий теории управления («управление», «система», «цель», «структура систем управления» и др.). Обобщенная постановка задачи управления. Понятие о сложных социально-экономических системах.

Статическая и динамическая характеристики субъекта и объекта управления. Структура управляющей и управляемой подсистемы, органы управления, кадры управления, техника управления.

Содержание и особенности целей управления. Многокритериальность целей управления. Структура и технология анализа целей управления.

Принципы управления: системность, индукция и дедукция, логичность, исторический подход (принцип историзма) и т.д.

Тема 1.3. Управление социально-экономическими системами (организациями)

Понятие оптимального управления. Обобщенный критерий управления. Информационный характер процессов управления в социально - экономических системах. Влияние достоверности информации на эффективность и качество управления. Учет старения информации. Законы морали.

Понятие и классификация функций управления. Общие (основные) специфические функции управления. Понятие о функциональном управлении (управление финансами и кредитом, ценообразованием, капитальным строительством и т.п.).

Общая характеристика методов управления. Содержание, направленность и организационная форма методов управления. Экономические, организационные, технические, социальные и правовые методы управления.

Тема 1.4. Методологические основы менеджмента

Отношения управления как исходная категория управления. Природа отношений управления. Характер и структура отношений управления: технико-экономические, организационно-экономические, политические, правовые, социологические, психологические, отношения культуры и морали.

Предмет теорий (науки) управления и менеджмента - отношения, отражающие социально-экономическое содержание управления и отношения, отражающие его технологию. Методы теории (науки) управления и менеджмента: историко-социологическое и социально-экономическое прогнозирование, системность, анализ и синтез, операционные методы (математические методы, методы кибернетики и теории систем, моделирования, экономико-статистические методы, организационный анализ и другие).

Содержание и структура теории управления. Виды управления. Субъект управления, уровни управления, сферы и функции управления. Категории теории управления: цели, задачи, принципы, функции. Их содержание и направленность.

Экономический анализ в управлении. Содержание и организация экономического анализа. Методы анализа основных показателей: анализ уровня производства и использования ресурсов; анализ объема и себестоимости продукции; анализ прибыли и рентабельности; анализ финансового состояния предприятия и т.д.

Влияние формы критериев на выбор стратегии управления. Неформальный характер выбора частных критериев. Влияние новых информационных технологий на эффективность управления.

Имитационное моделирование процессов планирования и управления. Прогнозирование и планирование текущей и перспективной деятельности. Использование принципов ситуационного управления при решении вопросов хозяйственной деятельности.

Тема 1.5. Сущность и содержание менеджмента, основные понятия

Сущность менеджмента. Содержание понятия «менеджмент». Менеджмент как теория, практика и искусство управления. Менеджмент как организация управления

фирмой. Менеджмент как процесс принятия управленческих решений. Цели, задачи и уровни менеджмента. Цель и ценности высшего руководства. Жизненный цикл организации. Миссия организаций. Менеджер и его задачи. Требования к профессиональной компетенции менеджера.

Проблемы формирования российской модели менеджмента и ее особенности.

Тема 1.6. Инфраструктура менеджмента

Понятие о внутренних переменных как ситуационных факторах организации. Основные характеристики внутренних переменных организации (цель, структура, задачи, технология и персонал). Классификация технологии по Д. Вудворт и Д. Томпсону. Специализированное разделение труда. Взаимосвязь внутренних переменных. Системная модель внутренних переменных. Социо-технические подсистемы.

Внешняя среда организации. Характеристики внешней среды: взаимосвязанность факторов, сложность, подвижность, неопределенность. Среда прямого воздействия: поставщики, законы и государственные органы, потребители, конкуренты, профсоюзы. Среда косвенного воздействия: научно-технический прогресс (технология), состояние экономики, социо-культурные факторы, политические факторы, международные события. Модель влияния внутренних и внешних факторов на организацию. Влияние среды косвенного воздействия на развитие международного бизнеса: экспорт, импорт, лицензирование, совместные предприятия, транснациональные корпорации (ТНК) и другие формы. Факторы международной среды: экономика, культура, законодательная база и формы государственного регулирования, политическая обстановка.

Тема 1.7. Формы организации системы менеджмента

Концепция системы менеджмента. Научное обоснование системы менеджмента. Целевая, функциональная и обеспечивающая подсистемы системы менеджмента. Управляющая подсистема системы менеджмента. Внешняя среда системы менеджмента. Компоненты менеджмента: экономика, организация и логистика, структура, маркетинг и бизнес-план, учет, финансы, человеческие ресурсы. Виды менеджмента и его роль в развитии предпринимательской деятельности. Виды специального менеджмента: инновационный, производственный, финансовый, менеджмент социальной среды, банковский менеджмент, международный менеджмент и др.

Тема 1.8. Организационные отношения в системе менеджмента

Понятие организации: системный подход к организации, поведенческий подход к организации. Общая характеристика формальных, неформальных и сложных организаций. Зависимость от внешней среды. Горизонтальное и вертикальное разделение труда.

Закономерности организации: понятие закономерностей, целевое управление, единство распорядительства, ориентация на норму управляемости, делегирование полномочий, объем полномочий, согласованность целей формальных и неформальных структур.

Понятие успешного управления организацией. Составляющие успешного управления организацией: результативность, эффективность, производительность, практическая реализация. Основные принципы подхода к управлению, направленного на успех: обобщение, необходимость ситуационного и интегрированного подходов. Разработка моделей факторов, влияющих на успех организации. Внутренние и внешние ситуационные переменные, влияющие на успех. Интегрированная оценка взаимосвязей ситуационных переменных и функций управления.

Тема 1.9. Интеграционные процессы в менеджменте

Интеграция как увеличение потенциальной эффективности организации. Интеграция структуры. Методы интеграции для различного типа окружающей среды.

Влияние интеграции на достижение целей организации. Методы достижения эффективной интеграции.

Тема 1.10. Моделирование ситуаций и разработка решений

Сущность процесса принятия решений. Классификация решений. Модели и методы принятия решений. Роль руководителя в организации процесса подготовки и реализации управленческих решений. Критерии эффективности принятия решений.

Тема 1.11. Природа и состав функций менеджмента

Общая характеристика функций менеджмента: основные, связующие, интегрирующие, специальные функции. Становление концепции функционального управления.

Сравнительная характеристика содержания общих функций управления в американской и отечественной школах управления. Состав функций, прав и обязанностей на разных уровнях менеджмента. Методика анализа состава функций менеджмента в организации. Особенности и значение совершенствования функциональной структуры менеджмента организации. Основные производственные функции менеджмента: функции внутрифирменного управления, управление развитием производства, управление технической политикой фирмы, управление персоналом.

Суть и содержание функции организации. Особенности организационных структур управления фирмами на современном этапе. Бюрократические структуры управления, варианты развития и совершенствования. Дивизиональные, и адаптивные структуры управления: особенности построения и варианты использования. Организационные структуры управления во внутрифирменном управлении: по продукту, по региону, смешанные. Принцип выбора и тенденции изменения организационных структур как одна из стратегических функций менеджмента.

Коммуникации между организацией и ее средой. Межуровневые информационные коммуникации в организациях. Неформальные коммуникации. Коммуникационный процесс. Коммуникационные сети и стили. Межличностные коммуникации. Семантические барьеры и невербальные преграды. Значение обратной связи в организации межличностного обмена информацией. Методы преодоления коммуникационных барьеров.

Тема 1.12. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента

Элементы и основные понятия функции "планирование". Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов. Принципы и методы планирования. Перспективное и текущее внутрифирменное планирование.

Прогнозирование как основной элемент планирования. Стратегическое планирование и реализация стратегического плана. Планирование и успех организации.

Сущность и особенности бизнес-плана, основное содержание и порядок разработки. Типология бизнес-планов. Методики формирования бизнес-планов. Программные средства разработки бизнес-планов. Субъективные и объективные факторы, препятствующие качественному планированию.

Тема 1.13. Мотивация деятельности в менеджменте

Смысл и эволюция понятия "мотивация". Содержательные теории мотивации. Теория потребностей Абрахама Маслоу, теория ERG Клейтона Альдерфера, теория потребностей Дэвида Мак-Клелланда, теория приобретенных потребностей Фредерика Герцберга.

Процессуальные теории мотивации: теория ожидания, теория постановки целей, теория равенства, концепция партисипативного управления.

Теория ожиданий в практике менеджмента. Мотивация и компенсация.

Тема 1.14. Регулирование и контроль в системе менеджмента

Сущность и смысл контроля (предупреждение возникновения кризисных ситуаций). Масштаб допустимых отклонений и принцип исключения. Поведенческие аспекты контроля. Сопоставление достигнутых результатов с установленными стандартами. Процесс регулирования. Внутрифирменный контроль: его формы и средства реализации. Система внутрифирменного учета и отчетности.

Особенности управленческого учета. Контроллинг как инструмент управления организацией: сущность, задачи и функции контроллинга, виды контроллинга. Элементы экономического анализа хозяйственной деятельности фирмы в контроллинге.

Тема 1.15. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента

Понятие группы и ее значение. Сущность лидерства. Лидерские действия в современном менеджменте. Макиавеллизм в управлении. Диапазон стилей лидерства и развитие лидерского потенциала. Ситуационные подходы к эффективному лидерству: континуум лидерского поведения Танненбаума - Шмидта; модели ситуационного лидерства Фидлера, Херсея и Бланшарда,

Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства. Новые концепции в теориях лидерства: концепция атрибутивного лидерства; концепция харизматического лидерства; концепция преобразующего лидерства (лидерство без изменений).

Тема 1.16. Управление группой и управление человеком

Управление группой и управление человеком: общее и различие. Управление неформальной организацией. Методы повышения эффективности групп. Неформальные лидеры, Специфика человеческих ресурсов и управление ими. Проблемы межличностных отношений в трудовом коллективе и задачи менеджеров по управлению группой.

Тема 1.17. Руководство: власть и партнерство

Эволюция стратегии руководства в современных условиях. Особенности работы современного руководителя, развитие и совершенствование профессиональных качеств менеджера. Необходимость роста профессиональных знаний в менеджменте. Понятие и характеристика стилей руководства в менеджменте. Влияние и власть руководителя в организации. Источники власти и баланс власти. Стиль руководства и производительность.

Управленческая «решетка» Р. Блейка и Дж. Моутон. Таблица Реддина. Ситуационные подходы к эффективному лидерству. Адаптивное руководство.

Социальное партнерство, факторы социального партнерства. Государство, работодатели профсоюзы как субъекты социального партнерства.

Тема 1.18. Стиль менеджмента и имидж (образ) менеджера

Стиль менеджмента: приростный и предпринимательский. Система подготовки руководящих кадров. Классификация и оценка деловых качеств менеджера. Требования к руководителю и концепция ограничений. Развитие навыков и способностей менеджеров на основе использования концепций ограничений. Менеджмент в предпринимательстве.

Управленческая имиджелогия. Понятие «имидж». Истоки имиджелогии и функции имиджа. Создание личного имиджа и технологии самопрезентации. Привлекательный имидж. Имидж организации и менеджера.

Тема 1.19. Конфликтность в менеджменте

Уровни конфликта в организации. Организационный конфликт и функции организационного конфликта. Структурные методы управления конфликтной ситуацией и задачи менеджера. Природа организационных изменений (нововведений) и управление ими.

Организационное развитие: предпосылки, факторы и ценности.

Тема 1.20. Социофакторы и этика менеджмента

Понятие юридической и социальной ответственности организации. Аргументы в пользу социальной ответственности и против нее. Социальная ответственность на практике. Смысл "железного закона" социальной ответственности. Этика в современном управлении. Повышение показателей этичности поведения. Обучение этичному поведению.

Этика и организационная (корпоративная) культура. Роль и навыки управляющего с точки зрения организационной культуры. Концепция организационной и корпоративной культуры. Сущность организационной культуры. Элементы "корпоративной культуры" - ролевая модель менеджера, видимый менеджмент, лозунги, легенды, ритуалы, символический менеджмент. Структура и содержание организационной культуры. Доминирующая организационная культура. Субкультура и контркультура организации. Субъективная, объективная, управленческая.

Исследования типологии организационной культуры Г. Хофштеде и Д. Боллинже. Типологии культуры Р. Блейка и Дж. Моутон, У. Оучи, Ч. Хэнди. Факторы формирования организационной культуры. Влияние организационной культуры на эффективность менеджмента. Сила культуры организации. Сильная и слабая организационная культура. Управление организационной культурой. Западная и Российская организационная культура.

Тема 1.21. Факторы эффективности менеджмента

Основные факторы эффективности менеджмента: координация деятельности, механизм принятия управленческих решений, взаимоотношения с рыночной системой хозяйствования. Особенности определения эффективности деятельности организации в различных сферах бизнеса.

Варианты программы организационно-технического и социального развития фирмы: методы управления изменениями; методика реинжиниринга; реструктуризация. Сущность и принципы реинжиниринга. Определение и классификация бизнес-процессов. Источники требований реконструкции бизнес-процессов. Состав мероприятий при проведении реинжиниринга. Изменения в организации при реинжиниринге бизнес-процессов. Роль информационных технологий. Реструктуризация как часть методики реинжиниринга. Сущность реструктуризации и проблемы практического внедрения. Реструктуризация предприятий и восстановление экономики. Процесс реструктуризации. Схема планирования, моделирование структуры, матрица бизнес-программирования. Варианты реструктуризации.

Экономическое обоснование мероприятий по повышению эффективности менеджмента

2. Раздел История менеджмента

Тема 2.1. Природа управления и исторические тенденции его развития

Значение исторического опыта организации систем управления в развитии теории управления и менеджмента. Эволюция управленческой мысли. Древние организации. Становление и развитие управления как науки. Управление как универсальный метод жизни человеческого общества.

Тема 2.2. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента

Управление как профессиональная и общественная деятельность. Зарождение цивилизованного менеджмента. Кибернетика - искусство управления. Ойкономия - управление хозяйством. Цивилизация культурного рынка. Партиципативный менеджмент древних греков. Макиавелли: технология власти и лидерства. Относительность и принцип разграничения. Кругооборот форм управления. Принцип принятия решений. Значение идей Макиавелли.

Тема 2.3. Этапы и школы в истории менеджмента

Четыре школы управленческой мысли: классическая (административная) школа, школа психологии и человеческих отношений, школа научного управления, школа науки управления (количественная школа).

Научное управление (1885-1920 гг.). Работы Ф.У. Тейлора, Ф. Гилбрет и Л. Гилбрет, Г. Гантта по совершенствованию и стимулированию труда. Классическая или административная школа в управлении (1920-1950 гг.). Работы А. Файоля, Л. Урвика, М. Вебера, Г. Форда, Л. Гьюлика, Д. Муни и других об эффективности управления организацией в целом. Универсальные принципы управления: выделение функций управления, построение структуры организации. Работы О. Шелдона и Д. Макгрегора по развитию философии менеджмента и обоснованию его принципов. Академик С.Г. Струмилин и его фундаментальные работы по математической статистике, управлению и прогнозированию экономики. Школа человеческих отношений (1930-1950 гг.) и поведенческие науки (1950 год - по настоящее время). Работы М. Фоллетт и Д. Мейо. Движение за человеческие отношения и развитие поведенческих наук. Представители бихевиористского направления - К. Арджирис, Р. Лайкерг, Д. Макгрегор, Ф. Герцберг и другие исследователи. Наука управления или количественный подход (1950 год - по настоящее время). Наиболее видные представители школы науки управления или «новой школы»: Р. Акофф, Л.фон Берталанфи, С. Бир, А. Гольдбергер, Л. Клейн, Р. Люс, Д. Форрестер и другие. Формирование главных принципов количественного подхода на основе кибернетики, общей теории систем и исследования операций.

Вклад научных школ в методологию управления. Основные научные школы менеджмента: школа научного управления, классическая школа, школа человеческих отношений, школа поведенческих наук, школа системного подхода, школа теории принятия решений, школа ситуационного подхода.

Тема 2.4. Разнообразие моделей менеджмента: американский, японский, европейский

Современный американский менеджмент и его исторические предпосылки: наличие рынка, индустриальный способ организации производства, корпорация как основная форма предпринимательства. Современная американская модель менеджмента и ее характерные особенности. Японская модель управления - ориентация на человеческий фактор («философия единой судьбы»). Западноевропейская модель менеджмента и влияние английских исследователей на ее формирование (Л. Урвик). Вклад немецких ученых (М. Вебер) в разработку модели менеджмента. Формирование подхода к управлению с позиции «социального человека».

Тема 2.5. Влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента

Опыт организации управления развитых стран, национальный менталитет и их социально-экономические особенности развития. Необходимость учета специфических условий, психологических и социально-культурных факторов в развитии менеджмента и экономики страны. Соответствие менеджмента и менталитета нации как условие соответствия специфического содержания, форм и методов управления в каждой стране. «Менталитет-менеджмент», их соответствие и противоречие как сущность и явление, как форма и содержание управленческой деятельности национальных менеджеров. Причины продолжительных социально-экономических кризисов в странах с переходной экономикой.

Тема 2.6. Развитие теории и практики управления в России

Этапы развития отечественной теории и практики управления. Послереволюционный период до начала 30-х годов и основные концепции управления: организационно-административная и экономическая. Реформирование органов управления и использование рыночных аспектов в системе хозяйствования. Формирование первых отечественных школ управления и их представители: П.М. Керженцев, А.К. Гастев, Н.А. Витке, Е.Ф. Розмирович и другие.

Период 30-х и середина 50-х годов и развитие целостностной хозяйственной системы тоталитарного общества. Восстановление народного хозяйства, развитие исследований по конкретным наукам управления, укрепление жесткой иерархической структуры управления. Вторая половина 50-х годов и конец 80-х годов - период реформ, направленных на реорганизацию системы управления и повышение ее эффективности. Развитие организационных форм; автоматизация процессов управления; совершенствование методов планирования и стимулирования деятельности предприятий, организационных структур управления; нормирование потребностей в управленческом персонале.

Формирование теории управления общественным производством как науки и учебной дисциплины (1960-1970 гг.). Работы Д.М. Гвишиани, В.Г. Афанасьева, О.В. Козловой, В.Н. Лисицина, СЕ. Каменицера, В.И. Терещенко, Г.Х. Попова и других отечественных ученых в области развития комплексной теории управления.

Тема 2.7. Перспективы менеджмента: возможное и вероятное

Современные тенденции развития менеджмента. Возрастание роли человеческого фактора. Профессионализация управления: новое качество управления. Инновационного потенциала менеджмента: креативный менеджмент.

Развитие методологии управления. Диверсификация менеджмента. Развитие информационных технологий управления.

«Теория организации»

Тема 1. Организация как система

Понятие “система” и виды систем. Дихотомическая типология систем: открытые и замкнутые, естественные и искусственные, материальные (физические) и идеальные (абстрактные), детерминированные и стохастические, жесткие и мягкие, активные (живые) и пассивные (мертвые), простые и сложные и др. Иерархия систем.

Дефиниции понятия "организация" и лексические значения термина "организация". Логические соотношения между значениями базового термина "организация" и его производными. Система организации и организационная система, системная организация и организационные системы.

Неорганика-органика, организмы, органы и организации в природе и обществе. Организация систем разной природы: естественных неорганических, естественных органических, искусственных (технических), социальных и др. Порядок и организованность как свойство материи: уровни и критерии.

Признаки сложности систем. Простые и сложные организованные и сложные неорганизованные системы. Идентификация систем: таксономия, классификация, систематика. Системный, комплексный и аспектный подходы к изучению сложных систем.

Тема 2. Социальная организация

Дихотомическая типология социальных организаций: правительственные и неправительственные, бюджетные и коммерческие, хозяйственные и общественные, промышленные и непромышленные и др. Социальная организация как сложная система. Цикличность организационных процессов в развитии социума. Социальная организация как продукт сочетания объективного (естественного) и субъективного (искусственного).

Социальный организм: роли, лидеры и группы. Внутренние коммуникации и типология структур малых групп. Способы группового взаимодействия и организация выполнения работ. Внутриорганизационные конфликты, их профилактика и разрешение. Конфликты межорганизационные. Согласие: арбитры, компромиссы, консенсусы.

Две разновидности социальной организации: формальная и неформальная. Формальная организация, ее признаки и значение.

Институт права как инструмент формальной организации общества. Неформальная организация и организация хозяйства, ее переменные и значение. Методы анализа неформальной организации. Сравнительные достоинства (позитивное) и недостатки (негативное) в формальном и неформальном. Методы синтеза позитивных проявлений формального и неформального в организации.

Организация общества и организации в обществе. Общественные организации. Социальные нормы и институты как инструменты организации общества. Концепции социальной дезорганизации. Организационный фактор в ретроспективе общественного развития, признание его значимости и причины недооценки.

Социальные группы и сообщества. Социология животных и биология человека. Инварианты социальной организации. Влияние внешней среды на поведение социальных организаций. Организационная экология и организационные мутации. Социальная организация как предпосылка и как продукт управленческой деятельности.

Тема 3. Хозяйственные организации

Хозяйственные организации и организация хозяйства. Хозяйственные и производственно-хозяйственные организации - структурные единицы народного хозяйства. Предприятие (фабрика и/или завод) как производственно-хозяйственная организация. Критерии размеров производственно-хозяйственных организаций. Сопоставительные характеристики больших, средних и малых предприятий, сочетание и взаимодействие крупных и мелких форм.

Внешняя среда и организационное поведение. Конкуренция и выживаемость производственно-хозяйственных организаций. Сколько может жить предприятие? Предприятие - долгожитель: хорошо или плохо? Предприимчивость и предпринимательство, учреждение и/или улучшение предприятия как организационное нововведение в системе народного хозяйства. Возрастание значения организационных проблем по мере увеличения размеров предприятия.

Рыночные формы производственно-хозяйственных и других организаций: ассоциация, картель, банк, биржа, венчур, комбинат, компания, конгломерат, кондоминиум, консорциум, концерн, концессия, кооператив, корнер, корпорация, общество, объединение, предприятие, пул, синдикат, тендер, товарищество, траст, трест, финансово-промышленная группа (ФПГ), фирма, фонд, франчайза, холдинг. Механистический и организмический типы организации. Модели X, Y и Z. Американские и японские промышленные организации - сопоставление переменных.

Тема 4. Организация и управление

Взаимосвязь организации и управления в социальных системах. Система управления как организационная система. Система и структура, структура и иерархия. Система управления как организация и организация как основополагающая функция управления: создание, реорганизация и ликвидация искусственных систем.

Организация как "организовывание" - реализация организационных методов. Организационное содержание и организационная форма управления, признаки проявления. Структуры и процессы управления как статическая и динамическая организация.

Неорганизованность, дезорганизованность, заорганизованность. Организованность и устойчивость систем. Устойчивость и живучесть. Гомеостаз и гомеокинетическое плато. Адаптация и самоорганизация. Организованность и управляемость, самоорганизация и самоуправление. Организационные резервы и организационный потенциал, значение их использования для политики, бизнеса, экономики, производства.

Тема 5. Теория организации и ее место в системе научных знаний

Структура научной теории. Теоретические предпосылки организации социальных систем. Значение теории организации для объективизации и систематизации организационного знания в процессе познания. Интегративный характер

организационного знания и взаимосвязь естественных, технических и общественных наук.

Теория организации: предмет, объекты, методология. Взаимодействие теории организации со смежными областями научного знания: кибернетикой, биологией, социологией, минералогией, морфологией, правом, психологией, экономикой, экологией и др.; проблема единства знания. Социобиология как пример дисциплинарной интеграции и ее роль для теории организации. Теория организации и теории: управления, информации, решений. Практическое значение теоретического знания. Факторы его использования.

Организационные отношения как предмет теории организации. Дихотомическая типология организационных отношений. Межорганизационные и внутриорганизационные отношения. Организационные задачи как "попутные" экономическим, хозяйственным, производственным, социологическим, политическим, экологическим, техническим и др. задачам. Проблемы обоснования решений организаторских задач. Теория организации как научный инструмент прогнозирования результативности мер организационного воздействия. Общественные порядок, беспорядок и правопорядок. Порядок, его разновидности в социуме и обеспечение. Теория организаций как ветвь теории организации. Источники формирования теоретического знания в области организации.

Тема 6. Законы организации и их приложения. Закон синергии

Эволюция систем и их взаимодействие. Понятия "зависимость", "закономерность", "закон" как общенаучные категории. Законы неорганического, органического и надорганического мира. Иерархия систем и субординация законов. Законы объективные (естественные, неизменяемые) и законы субъективные (юридические), частные и специфические. Механизм действия и механизм использования объективных законов. Детерминизм и вероятность. Объективное и субъективное в социальной организации. Трудности практического приложения требований, выражаемых объективными законами, в общественном обустройстве и в управлении. Общая характеристика законов организации и наличие общности в системах разной природы. Редукционизм и адекватность моделей. Всеобщие законы организации и их проявления в природе и в обществе.

Возможно ли богатое государство, общество (целое) при бедных регионах, гражданах (частях)? Потери разобщенности и преимущества целостности. Синергия как единство многообразия. Закон синергии: целое больше частей. Организационные связи и взаимодействия. Тенденция расширения границ систем и факторы роста за счет интеграции. Естественные пределы и искусственные ограничения.

Союзы, ассоциации и объединения предприятий. Агропромышленная интеграция. Интеграция науки и производства, производства и торговли (коммерции). Принципы интеграции производственно-хозяйственных систем. Хозяйственные симбиозы и паразиты. Концентрация производства или плюсы крупных форм: симбиоз, специализация, комбинирование, комплексирование. Производственно-хозяйственные и территориально-производственные комплексы.

Союзы (гильдии, общества) творческих работников, фермеров, арендаторов, кооператоров, промышленников, предпринимателей как выражение синергии. Негативные образования: группировки, клики и кланы. Синергия в совместной деятельности: в привлечении капиталов - в инвестиционном процессе, в хозяйственных товариществах и в акционерных обществах. Синергия в промышленности, строительстве, транспорте, торговле, быту.

Механизм образования эффекта синергии и условия его получения. Неорганизованные, недостаточно организованные (неупорядоченные) и организованные (упорядоченные) множества. Организационные приемы преодоления "барьеров" на пути к синергетическому эффекту. Синергия части (подсистемы) и целого (системы): уровни

эффективности. Способы согласования действий и обеспечения единства (целостности): информирование, цели и оценочные критерии, планы, ограничения и нормы, коммуникации, координация, централизация/децентрализация, принуждение/убеждение, стимулы (поощрения)/взыскания (наказания).

«Маркетинг»

Раздел I. Маркетинг как рыночная концепция управления. Его использование в условиях формирующегося рынка России

1.1. Тема: Понятие, сущность и принципы маркетинга

Маркетинг как научная дисциплина и как область практической деятельности.

Цели и задачи курса. Особенности современного этапа общественно-экономического развития России, вызвавшие потребность в изучении и применении маркетинга. Предмет исследования маркетинга.

Причины возникновения маркетинга. Эволюция маркетинга. Цели и принципы маркетинга. Основные понятия и категории маркетинга: нужда, потребность, сделка, обмен, товар, рынок и другие. Комплекс маркетинга. Функции маркетинга. Пути использования мирового опыта развития маркетинга в России. Отечественный и зарубежный опыт маркетинга.

1.2. Тема: Концепции управления маркетингом

Исторические этапы эволюции концепции маркетинга (концентрация производства, кризис перепроизводства, маркетинговая концепция управления, система глобального маркетинга).

Основные концепции управления маркетингом на предприятии: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга.

Причины возникновения концепции социально-этического маркетинга. Пирамида социально-этического маркетинга.

1.3. Тема: Маркетинговая среда

Внутренняя среда маркетинга (микросреда). Необходимость использования маркетинга в управлении внутренней средой предприятия. Культура предприятия. Внешняя среда маркетинга (макросреда).

Анализ внешней среды предприятия. Основные элементы макросреды: потребители, конкуренты, поставщики, социальные силы, экономический климат, политический климат. Меры государственного регулирования маркетинга.

Раздел 2. Комплексное исследование рынка в системе маркетинга, его информационное обеспечение

2.1. Тема: Маркетинговые исследования

Система маркетинговой информации. Цели, направления и методы маркетинговых исследований. Первичная и вторичная информация. Методы получения первичной информации. Разработка форм для сбора данных. Методы построения шкал.

Проблемы измерения и операционализации. Формы представления полученной информации.

2.2. Тема: Маркетинговая информационная система

Информационное обеспечение маркетинговых решений. Эволюция систем маркетинговой информации. Основные элементы маркетинговых информационных систем. Системы поддержки маркетинговых решений. Экспертные системы.

Раздел 3. Методы маркетинга

3.1. Тема: Сегментирование рынка

Понятие сегментирования рынка, цель и необходимость сегментирования рынка. Условия и принципы сегментирования рынка. Способы сегментирования рынка.

Массовый маркетинг. Товарно-дифференцированный маркетинг. Целевой маркетинг. Основные мероприятия целевого маркетинга: сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные этапы сегментирования рынка: выбор критериев и признаков сегментирования рынка, выбор метода сегментирования, позиционирование товара, разработка комплекса маркетинга.

Отечественная практика компаний по сегментированию рынка в России.

3.2. Тема: Стратегическое планирование маркетинга

Система планирования маркетинга: стратегическая маркетинговая программа, план маркетинга.

Основные блоки стратегической маркетинговой программы: цели фирмы, анализ хозяйственного портфеля фирмы, выбор стратегии роста фирмы. Понятие, роль и значение маркетинговой стратегии.

Разработка стратегии как главная задача для функционирования механизма маркетинга. Различные маркетинговые стратегии. Их характеристика. Выбор стратегии маркетинга. Механизм реализации маркетинговой стратегии.

Планирование маркетинга. Основные этапы разработки плана маркетинга. Маркетинговый раздел бизнес-плана. Его характеристика и структура.

3.3. Тема: Метод матриц

Использование метода матриц при стратегическом анализе маркетинговой ситуации и при стратегическом планировании маркетинга. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Матрица И.Ансоффа «Товар-рынок». Матрица конкуренции М.Портера. Движущие силы конкуренции на рынке: конкуренция внутренней отрасли, товары-новинки, потребители, поставщики, товары-заменители.

Конкурентные стратегии, их преимущества и недостатки. Стратегия лидерства в области затрат, стратегия дифференциации, стратегия концентрации на рынке.

Механизм реализации конкурентных стратегий.

Раздел 4. Покупательское поведение потребителей

4.1. Тема: Модель покупательского поведения потребителей

Значение исследований покупательского поведения. Модель покупательского поведения потребителей. Побудительные факторы, «черный ящик» сознания покупателя, ответная реакция на побудительные факторы маркетинга. Основные характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Классификация покупателей. Теория человеческой мотивации Зигмунда Фрейда и Авраама Маслоу.

4.2. Тема: Потребительские рынки. Емкость рынка

Виды клиентурных рынков. Рынок товаров широкого потребления. Рынки предприятий: товаров промышленного назначения, промежуточных продавцов, государственных учреждений, международный рынок.

Классификация товарных рынков. Емкость рынка. Потенциальная и реальная емкость рынка. Рыночная ниша. Конъюнктура рынка. Комплексное изучение конъюнктуры рынка. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка. Формирование спроса и предложения. Прогнозирование спроса.

Раздел 5. Инструментальный маркетинг

5.1. Тема: Товарная политика предприятия

Товарная политика – стратегия управления товаром. Формирование товарного ассортимента. Рыночная атрибутика товара. Марка и марочная политика. Упаковка. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара. Управление ассортиментом. Оценка конкурентоспособности товара.

5.2. Тема: Ценовая политика предприятия

Ценообразование в качестве одного из основных направлений в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Факторы ценообразования и ценовая политика. Ценообразование на различных типах рынка. Основные этапы и методы расчета цен. Разработка стратегии ценообразования. Рыночная корректировка цен. Формы государственного регулирования свободы ценообразования. Виды скидок и условия их применения.

5.3. Тема: Сбытовая политика предприятия

Сбытовая политика предприятия как элемент комплекса маркетинга. Основные цели и задачи сбыта. Структура канала сбыта. Прямой и косвенный сбыт. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные маркетинговые системы. Многоканальные маркетинговые системы.

Выбор оптимального канала сбыта.

Оптовая и розничная торговля. Виды оптовых торговых предприятий. Виды розничных торговых предприятий. Дилеры и дистрибьюторы.

Организация системы товародвижения. Основные элементы системы товародвижения. Основные виды транспорта. Оптимизация складного хозяйства.

Логические принципы оптимизации товародвижения.

5.4. Тема: Продвижение товара

Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей. Основные виды рекламных обращений. Средства рекламы. Методы оценки эффективности рекламы. Формирование рекламного бюджета. Система ФОСТИСС – формирование спроса на товар и стимулирование сбыта. Средства стимулирования сбыта.

Пропаганда как средство маркетинговых коммуникаций. Личная продажа как средство маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшенз (связи с общественностью). Средства и задачи паблик рилейшенз.

Раздел 6. Организация маркетинговой деятельности предприятия

6.1. Тема: Организация маркетинговой деятельности предприятия

Управление маркетингом на предприятии. Информационное и коммуникационное управление маркетингом на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга на предприятии. Функциональная, рыночная, товарная, товарно-рыночная организация службы маркетинга. Формы маркетинговой деятельности. Особенности работы маркетингового подразделения, его значение для повышения результатов деятельности предприятия.

6.2. Тема: Контроль маркетинговой деятельности

Организация контроля маркетинговой деятельности на предприятии. Ревизия маркетинга. Основные направления маркетинг-аудита. Контролинг. Ситуационный анализ.

Раздел 7. Международный маркетинг

7.1. Тема: Изучение среды международного маркетинга

Изучение среды международного маркетинга.

7.2. Тема: Методы выхода на зарубежный рынок

Методы выхода на зарубежный рынок, основные преимущества и недостатки. Международный маркетинг – микс. Особенности рекламы на международном рынке.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством. – М.: ИНФРА-М, 2003.
2. Бирман Л.А. Управленческие решения: Учебное пособие. – М.: Дело, 2004.
3. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Стратегическое планирование маркетинга: Учебное пособие. – Киров: ВСЭИ, 2003.
4. Галькович Р.С., Набоков В.И. Основы менеджмента. – М.: ИНФРА-М, 1998.
5. Гутгарц Р.Д. Информационные технологии в управлении кадрами. – М.: ИНФРА-М, 2001.
6. Игнатьева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
7. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учебное пособие. – 2-е изд. – М.: ТОО «Острожье», 1999.
8. Котлер Р. Основы Маркетинга. Пер. с англ. В.Б. Боброва. – М.: Ростинтер, 1996.
9. Курс экономической теории: Учебник / Под ред. Чепурина М.Н., Киселёвой Е.Г. – Киров: «АСА», 2004.
10. Ларионов И.К. Стратегии социального управления: Учебник. – М.: Дашков и К, 2004.
11. Маркетинг: Учебник / Под ред. Э.А. Уткина. – М.: Тандем, 1999.
12. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие. – М.: Новосибирск, 2001.
13. Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 2002.
14. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. - М.: Дело, 2002.
15. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Дашков и К, 2004.

Дополнительная литература

1. Куперштейн В. Современные информационные технологии в делопроизводстве и управлении. – СПб, 1999.
2. Основы антикризисного управления / Под ред. А.Н. Ряховской. - М: ИПК госслужбы ИЭАУ, 2001.
3. Стратегическое планирование: Учебник / Под ред. Э.А. Уткина. – М.: Тандем, 1999.
4. Управление качеством / Под ред. С.Д. Ильенкова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
5. Уткин Э.А. Бизнес-план: Организация и планирование предпринимательской деятельности. – М.: Тандем, 2000.
6. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. – 3-е изд., - М.: ЗАО «Бизнес-школа», 1999

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

Экономическая теория

1. Общественное производство, его факторы. Ограничения экономических ресурсов.
2. Закон спроса и предложения, эластичность спроса и предложения.
3. Сущность, функции, структура и виды рынка.
4. Механизм рыночного равновесия.
5. Сущность и функции денег. Типы структур денежной системы.
6. Инфляция: понятие, виды, причины.
7. Издержки предприятия. Доход и прибыль предприятия.
8. Конкуренция и ее виды. Типы рыночных структур несовершенной конкуренции.
9. Понятие, виды и функции налогов. Налоговая система России.
10. Фискальная политика государства.
11. Сущность, структура, функции финансов. Финансовая система.
12. Денежная система, ее типы и структура. Денежная масса.
13. Безработица, ее виды, причины и последствия.
14. Предприятие, его виды, организационно-правовые формы.
15. Рынок труда и заработная плата.
16. Экономический рост и структура национальной экономики.
17. Рынок капитала.
18. Кредит, его виды и значение. Банковская система России.
19. Система национальных счетов и ее основные показатели.
20. Мировая валютная система.

Основы менеджмента

1. Сущность и значение менеджмента в условиях рыночных отношений.
2. Эволюция развития менеджмента.
3. Цели и общие характеристики организации.
4. Организация как объект управления и социальная система.
5. Общая характеристика сложных организаций.
6. Функциональное разделение управленческого труда.

7. Внутренние переменные организации (цели, структура, задачи, технологии и персонал).
8. Организация и ее внешняя среда. Характеристика внешней среды.
9. Сущность, функции и выгоды стратегического планирования.
10. Построение организаций. Департаментализация. Централизованные и децентрализованные организации.
11. Содержательные и процессуальные теории мотивации.
12. Сущность и значение контроля. Процесс контроля.
13. Процесс коммуникации и эффективность управления.
14. Организационные коммуникации и их совершенствование.
15. Межличностные коммуникации.
16. Природа процесса принятия управленческого решения.
17. Региональное решение проблем. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
18. Сущность и классификация методов управления.
19. Специфика организации труда руководителя. Рабочее место руководителя.
20. Организационная структура. Факторы, влияющие на построение организационной структуры. Структура управления. Линейные и функциональные связи.

Теория организации

1. Организация как процесс и система.
2. Классификация организаций.
3. Организационно-правовые формы организаций.
4. Закон синергии. Признаки достижения синергии в организации.

Управление персоналом

1. Отбор и оценка персонала.
2. Природа, виды и пути разрешения конфликта.

Маркетинг

1. Эволюция содержания и форм маркетинга. Основные понятия и форм маркетинга.
2. Средства маркетинга.
3. Функции и принципы маркетинга.
4. Концепции управления маркетингом. Этапы сегментирования рынка.
5. Стратегическая маркетинговая программа.
6. Методы маркетинга: метод матриц. Матрица Портера.
7. Жизненный цикл товара.
8. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара.
9. Модель покупательского поведения покупателей.
10. Методы ценообразования.
11. Структура канала сбыта. Выбор оптимального канала сбыта.
12. Реклама. Основные виды рекламных обращений.
13. Стимулирование сбыта. Средства стимулирования сбыта.
14. Изучение среды международного маркетинга. Методы выхода на зарубежный рынок.