

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по довузовскому  
и дополнительному  
профессиональному образованию

С.Ю. Кустов

подпись


« 29 » 10 2021 г.

**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
ПО УПРАВЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИЕЙ  
И ЕГО ОБЕСПЕЧЕНИЮ**


(для поступления на направления подготовки магистратуры  
38.04.02 – Менеджмент; факультет управления и психологии,  
46.04.02 – Документоведение и архивоведение)

г. Краснодар  
2021 г.


Программу составил доцент, канд. экон. наук, доцент кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов

  
\_\_\_\_\_ Ланская Д.В.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов протокол № 2 от «7» сентября 2021 г.

Зав. кафедрой, д-р экон., наук, доцент \_\_\_\_\_ Ермоленко В.В.

Утверждена на заседании ученого совета факультета управления и психологии протокол № 2 от «28» сентября 2021 г.

Председатель ученого совета, д-р полит. наук, профессор  
  
\_\_\_\_\_ Самаркина И.В.

Руководитель института  
тестовых технологий

и дополнительного образования \_\_\_\_\_ С.И. Завгородняя

**Программа вступительного испытания  
по управлению организацией и его обеспечению  
для поступающих на направление подготовки магистратуры  
38.04.02 – Менеджмент**

*Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение)*

Определение системы. Типы систем и их основные свойства. Особенности взаимодействия системы и внешней среды. Системный подход к изучению организации и управления ею. Особенности социальных самоорганизующихся систем. Характерные свойства целеустремленных недетерминированных систем: сложность, размытость (диффузность), многомерность, многочисленность контролируемых параметров, нестационарность, инерционность, многоцелевая направленность, многокритериальность.

Управление и менеджмент. Управление как искусство, наука, процесс и функция. Понятие «менеджмент» как управление в условиях рыночных отношений. Междисциплинарные зависимости в менеджменте.

Закономерности управления различными системами. Управление социально – экономическими системами (организациями). Взаимодействие форм собственности и системы менеджмента. «Партисипативные» формы управления будущего.

Инфраструктура менеджмента. Менталитет, потенциал знаний и общественная среда – компоненты, определяющие возможность и необходимость менеджмента.

Модель современного менеджера. Функции и ресурсы менеджера. Стиль менеджмента и имидж (образ) менеджера. Сущность и содержание труда менеджера. Эффективность и качество деятельности менеджера. Профессионализм менеджмента. Факторы, характеризующие модель менеджера.

Современные концепции понимания управления: технологическая, информационная. Концепция, основанная на выделении субъекта и объекта управления. Управление как согласующая, регулирующая часть деятельности человека. Осознание потребностей как особенности управления. Управление как фактор успеха деятельности. Ключевые категории деятельностной концепции управления: система, процесс и механизм управления.

Функции управления. Природа, состав и содержание функций менеджмента. Структурные и содержательные функции управления. Основные функции современного менеджмента: целеполагание и стратегополагание, планирование и регулирование, организация и координация, мотивация и стимулирование, гуманизм и корпоративность, исследование и контроль. Взаимосвязь системных функций менеджмента.

Методы реализации функций менеджмента. Методы управленческого воздействия. Функциональное разделение управленческого труда. Функции процессов в системе менеджмента: маркетинг, финансы, персонал, производство, НИОКР, развитие, контроллинг. Взаимосвязь функций управления.

Характеристика видов менеджмента. Диверсификация менеджмента.

Методы управления: общенаучные, функциональными подсистемами, принятия управленческих решений, выполнения функций управления. Функциональное разделение управленческого труда.

Теория мотивации и ее место в процессе активизация человеческого ресурса. Побуждение потребностей, интересов и стимулов в поведении человека. Теории содержания мотивации: теория Маслоу, теория Альдерфера, теория МакКлелланда, теория Герцберга. Теории процесса мотивации: теория ожидания, теория справедливости, теория партисипативности. Типы вознаграждений и их влияние на мотивационное поведение человека. Мотивационный механизм активизации деятельности в системе менеджмента.

Контроль как функция менеджмента. Основы контрольной деятельности. Виды контроля. Понятие организационного аудита и контроллинга в менеджменте.

Организация как объект управления. Определение организации. Организация как открытая система. Определение, среда и уровни организационных отношений. Сущность понятий - делегирование и ответственность, обязательство и полномочия. Полномочия, функции и компетенции – организационная основа построения системы управления. Централизация и децентрализация управления. Делегирование полномочий. Соотношение полномочий и власти. Характеристика полномочий. Сочетания прав, обязанностей и ответственности в управлении и его характеристика.

Типы организаций по взаимодействию с внешней средой: механистические и органические. Типы организаций по взаимодействию подразделений: традиционные, дивизиональные, штабные и матричные. Типы организаций по взаимодействию с человеком: корпоративные и индивидуалистские. Новые типы организаций: эдхократические и партисипативные. Типы организаций в информационной экономике.

Модели организаций: модель механистической конструкции, по принципу разделения труда, сложной иерархической системы, 7S. Модель «слоенного пирога» Г.Б. Клейнера. Модель капиталов корпорации (капиталограмма).

Управление как развивающаяся система. Формы организации системы менеджмента. Основные подходы к построению системы управления организации. Модели системы управления организации по Э.М.Короткову, О.С. Виханскому, Р.А.Фатхутдинову. Интегрированная модель системы управления корпорации. Состав, типы и функции, выполняемые подсистемами.

Цели управления, их классификация. Требования, предъявляемые к целям и формы их представления. Дерево целей.

Ключевые понятия: структура, организационная структура, организационная структура управления (ОСУ). Основные элементы организационной структуры управления. Связи как определяющий элемент организационной структуры управления. Функциональные, линейные, формальные и неформальные связи. Назначение ОСУ.

Организационные формы в системе менеджмента. Иерархический и органический типы структур управления.

Организационно-правовые основы формирования структур управления. Анализ проблем формирования ОСУ. Тенденции формирования ОСУ в рыночной экономике. Характеристика организационно-правовых форм хозяйственной деятельности предприятий.

Природа управления и исторические тенденции его развития. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Эволюция управленческой мысли. Этапы и школы в истории менеджмента. «Одномерные» учения об управлении: научное управление Ф. Тейлора, школа человеческих отношений Э.Мэйо и М. Фоллетт, теория «Х» и «У» Д. Мак-Грегора. Организационные теории А. Файоля и М. Вебера.

Многомерные концепции менеджмента: системная и ситуационная теории. «Синтетические учения» об управлении. Концепция управления по целям П. Дракера, ситуационные теории, теория «Z». «Партисипативные» формы управления будущего. Обучаемая организация.

Принципы управления предпринимателей России 1912г. Научные разработки в области управления А.К. Гостева и П.М. Керженцева.

Закон соответствия менталитета и менеджмента.

Разнообразие моделей менеджмента: американская, японская, европейская и другие.

Влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента. Научные работы Н.А. Бердяева, Л.Н. Гумилева, В.О. Ключевского, П.Я. Чаадаева в деле упорядочения и систематизации знаний о русской культуре. Факторы, влияющие на становление менеджмента в России. Проблемы менеджмента в условиях перехода к рыночным отношениям. Развитие управления в России.

Коммуникации между организацией и её средой. Коммуникации между уровнями и подразделениями. Коммуникационный процесс как обмен информацией и его характеристика. Основные этапы обмена информацией. Межличностные коммуникации и их характеристика. Пути повышения межличностных коммуникаций. Организационные коммуникации и их характеристика. Пути совершенствования коммуникаций в организациях.

Лидерство и властные отношения в системе менеджмента. Подход к лидерству с позиции личных качеств (теория великих людей). Поведенческий подход к лидерству и его характеристика. Авторитарный стиль лидерства.

Теория «X» Дугласа МакГрегора. Демократический стиль лидерства. Лидерство, сосредоточенное на работе. Лидерство, сосредоточенное на человеке. Соотношение удовлетворённости, стиля руководства и производительности.

Ситуационная модель руководства Фидлера и её характеристика. Подход к лидерству Митчела - Хауса и условия его использования. Теория жизненного цикла Поля Херси и Кена Бланшара о четырёх стилях лидерства. Модель принятия решений руководителем Врума Йеттона.

Определение и сущность власти. Механизмы реализации власти. Власть и управление: проблема управляемости и признаки неуправляемости.

Элементы управляемости: содействие и сотрудничество. Партнерство как фактор повышения управляемости. Типология власти. Баланс власти менеджера и подчиненных.

Факторы, влияющие на управляемость как показатель власти.

Ресурсно-потенциальный подход к определению эффективности хозяйствования. Факторы эффективности менеджмента. Составляющие оценки. Критерии эффективности функционирования организации.

Методологические основы оценки результативности и эффективности систем менеджмента. Социальные, экономические, научно-технические, экологические, организационные аспекты результативности. Условия для результативного менеджмента. Результативность, эффективность, качество, конкурентоспособность менеджмента. Факторы эффективности менеджмента.

Затраты на управление. Экономическая и социальная компонента понятия эффективности.

Методологические основы оценки результативности и эффективности систем менеджмента. Социальные, экономические, научно-технические, экологические, организационные аспекты результативности. Условия для результативного менеджмента. Результативность, эффективность, качество, конкурентоспособность менеджмента.

### ***Методы принятия управленческих решений***

Решения в процессе управления. Общее понятие управленческого решения как нахождение варианта действий, процесс и конечный результат. Моделирование ситуаций и разработка решений. Управленческие решения и их классификация. Требования к обеспечению качества и эффективности управленческих решений. Технология, модели, методы и алгоритмы принятия решений. Принятие управленческого решения: индивидуальный и организационный уровни решений. Целевая ориентация управленческих решений. Анализ альтернатив действий. Методы решения управленческих проблем. Качество управленческого решения как фактор эффективности системы менеджмента. Признаки анализа качества решений. Условия обеспечения высокого качества и эффективности управленческого решения.

Технологии принятия и реализации управленческих решений. Основные этапы принятия управленческих решений. Стадии разработки УР. Стратегии, модели и методы принятия решений. Требования к оформлению УР. Организация исполнения решений. Механизм реализации управленческих решений: доведение до исполнителей, контроль, регулирование, анализ и оценка исполнения. Методы уменьшения и преодоления риска в реализации УР.

Классификация управленческих решений. Основные типы и виды управленческих решений. Содержание, структура и виды управленческих решений. Стратегические, тактические и оперативные решения. Решения стандартные и инновационные. Другие виды управленческого решения: целевая ориентация, рационализация, программирование, интуитивные решения и решения, основанные на суждениях; степень определённости/неопределённости социально-экономической и управленческой ситуации.

Обеспечение качества и эффективности управленческих решений. Основные методы анализа УР. Критерии оценки качества и эффективности управленческих решений. Условия обеспечения высокого качества и эффективности управленческих решений. Роль экономических законов и научных подходов в повышении качества и эффективности УР. Информационные условия разработки, принятия и реализации УР. Интеллектуальное обеспечение качества УР.

Сущность качества и управления им, основные методы управления качеством, сферы приложения методов управления качеством.

### ***Стратегический менеджмент***

Научные концепции и школы стратегий. Концепции ресурсной и рыночной ориентации стратегий. Модели стратегий Г. Минцберга. Уровни, виды и особенности стратегий организации. Базовые элементы модели стратегического управления. Стратегии, основанные на компетенциях, динамических способностях и знаниях.

Эволюция методологии конкуренции. Источники конкурентного преимущества и их динамика.

Концепция цепочки ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами. Особенности использования концепции цепочки ценностей в современных моделях стратегического менеджмента. Модели цепочек ценностей в отраслях новой экономики и в сфере услуг.



Понятие ресурсы, способности, компетенции и потенциал организации. Связь с ключевыми факторами успеха. Уникальность и ценность ресурсов и способностей. Ресурсы компании (инновационные, финансовые, производственные и человеческие). Корневые, ключевые и отличительные компетенции компании. Управленческие и организационные компетенции.

Ключевые факторы успеха и позиционные преимущества.

Цели и задачи стратегического анализа и диагностики. Основные направления и этапы анализа внешней и внутренней среды компании. Роль факторов внутренней среды. Влияние стиля управления (плановый, адаптивный и предпринимательский) на содержание задач и методы стратегического анализа. Качественные и количественные методы, применяемые в стратегическом анализе и диагностике.

Анализ особенностей внешней среды организации. Ситуационный анализ. Выявление сложности, неопределенности и динамичности внешней среды. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения. Расширение области NDPESTEL-анализа. Возрастание роли экологических, инфраструктурных и правовых факторов.

Модели конкурентного анализа М. Портера: расширенной конкуренции (модель 5 сил) и детерминантов международной конкурентоспособности. Оценка привлекательности отрасли и рынка. Анализ стратегических групп: методические подходы, этапы анализа, достоинства и ограничения метода.

Концепция КФУ – факторов, наиболее значимых для развития бизнеса, будущего и успешности компании. Анализ стратегического отклика: матрица оценки макро и микроокружения фирмы. Анализ взаимовлияния факторов макро и микросреды.

Анализ стратегического отклика: матрица оценки макро и микроокружения фирмы. Анализ взаимовлияния факторов макро и микросреды.

Организационная диагностика. Цели, задачи и основные аспекты анализа внутренней среды компании. Анализ динамики процессов развития и источников конкурентных преимуществ компании. Оценка рыночной ориентированности, стратегических ориентиров и приоритетов, реализуемых стратегических инициатив.

Оценка компетенций, источников конкурентных преимуществ и ключевых факторов успеха компании. Анализ структуры компетенций компании. VRIO - анализ уникальности и ценности ресурсов, способностей и компетенций. GAP-анализ, динамический SWOT- анализ положения организации. Анализ стратегического потенциала организации. Анализ эффективности использования и направлений развития компетенций и потенциала на основе методических подходов Г.Хамел и К.К. Прахалад. Матрица развития корневых компетенций Г.Хамел и К.К. Прахалад.

Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем. Анализ внешней и внутренней сбалансированности компании. Системы оценки показателей успешности компаний: KPI, BSC. Конкурентный GAP-анализ и динамический SWOT-анализ компаний-конкурентов.

Диагностика проблемной ситуации. Выявление проблем, причин и факторов, наиболее значимых для развития, успеха или провала компании. Метод К. Исикава.

Виды стратегий и общие принципы их формирования. формулирование и осуществление стратегии: процессы и решения. Процессы разработки плановых и «случайных» стратегий. Критерии оценки стратегий. Стратегические цели фирмы, отражение в них интересов ее менеджеров, акционеров и работников. концепция стейкхолдеров. Методы анализа целей и стратегий: smart-анализ, most-анализ, gap-анализ. особенности установления стратегических целей для разных временных горизонтов.

Модель стратегического выбора. Анализ и выбор приоритетов (важность, срочность, эффективность, осуществимость). Особенности стратегического выбора в условиях турбулентности внешней среды. Модели выбора и изменения бизнес - модели.

Базовые стратегические альтернативы на сетевом, корпоративном и бизнес уровнях. Их особенности в условиях глобализации. главные задачи и критерии успешности позиционирования. стратегические решения при выборе стратегической позиции компании. основные приоритеты при выборе стратегической позиции компании. Источники уникальности стратегической позиции компании. методы позиционирования. стратегическая карта позиционирования компании.

Концепции жизненного цикла (товара, технологии, отрасли, организации) и их использование при стратегическом выборе.

Портфельные стратегии: особенности и модели. Анализ бизнес- и продуктового портфеля компании. Влияние стратегических решений по бизнес-портфелю компании на ее стоимость. Сценарии развития бизнес-портфеля. Этапы портфельного анализа. Сравнительная характеристика портфельных матриц (BCG, GE, ADL). Ограничения и проблемы их применения в современных условиях. Способы преодоления ограничений матричного подхода. Обоснование решений по бизнес-портфелю компании на основе анализа портфельного куба и матрицы стратегического отклика на внешние и внутренние факторы.

Методы оценки привлекательности отрасли и конкурентной позиции компании в портфельных матрицах. Обоснование инвестиционных стратегий с использованием матрицы ADL. Учет влияния стадии жизненного цикла отрасли на факторы, определяющие конкурентную позицию компании на рынке.

Модель разработки стратегии. Логико-структурный подход к построению моделей дерева целей и стратегических решений. Учет вероятностной природы моделируемых процессов и ситуаций. PIMS - модель анализа стратегического опыта компаний. Ограничения и область применения рекомендаций PIMS-модели в современных условиях.

Формирование стратегических альтернатив. GAP-анализ и стратегические альтернативы на этапе реализации стратегий. Анализ альтернатив при согласовании интересов. Выявление зон синергии. Динамический SWOT – анализ стратегических альтернатив, учет сценарных факторов. Принципы согласования сценариев со стратегией (по М.Портеру). Стратегический выбор с учетом сценариев и стиля руководства. Сценарно-стратегическая матрица.

Взаимосвязь производственных, маркетинговых, инновационных и инвестиционных решений и их влияние на выбор конкурентной стратегии. Анализ и согласование решений при выборе маркетинговых, инвестиционных и бизнес-стратегий компании с учетом сценариев развития рыночной ситуации.

Эволюция содержания и процессов стратегического планирования компаний. Планирование как регулярный формализованный процесс, неформальное (основанное на интуиции и творчестве), ситуационное. Объединение творчества, интуиции, рационально-аналитического подхода при обосновании и выборе стратегических плановых решений.

Стратегический план: основные этапы формирования. Модель разработки стратегического плана. Концепция ситуационного плана для реализации стратегий адаптационного типа. Система сбалансированных показателей BSC (Нортон и Р.Каплан) как карта стратегического плана и система управления реализацией стратегии. Способы обеспечения сбалансированности целей и мероприятий. Взаимосвязь основных показателей и компонентов стратегической эффективности. Стратегии на высоко динамичных рынках –стратегии «простых правил».

Реализация стратегии: процессы и решения. Стратегические программы и проекты, как инструмент реализации стратегий. Взаимосвязь целей, стратегий и проектов. Концепция стратегии как портфеля проектов. Основные типы программ и проектов. Программы и проекты стратегического партнерства: цели, основные задачи, критерии стратегического соответствия. Проекты государственно-частного партнерства. Программы обновления компании и проекты стратегических изменений.

Роль сценариев при разработке проекта и корректировке проектных решений, типовые задачи и используемые инструменты. Определение сроков проекта разработки и вывода на рынок нового продукта. Учет факторов неопределенности и стратегических намерений конкурента. Методы моделирования последствий реализации проекта. Учет факторов неопределенности и риска при разработке и корректировке программ и проектов. Программа выявления и устранения препятствий (опыт компании GE)

Стратегические проблемы развития бизнеса; стратегия предприятия, стратегическое управление; ситуационный анализ; формирование стратегических целей и стратегии предприятия; стратегия и организационная структура; стратегический потенциал организации; проектирование систем управления

Тенденции и разновидности развития, управление развитием; нововведения как объект инновационного управления; инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты; организация инновационного менеджмента; разработка программ и проектов нововведений; инновационный менеджмент и стратегическое управление.

## *Маркетинг*

Сущность и основные категории маркетинга. Маркетинг как экономическая деятельность и как наука. Маркетинг как философия бизнеса. История развития маркетинга. Концепции маркетинга. Социально - этический маркетинг.

Принципы и методы маркетинга. Сущность управление маркетингом: управление деятельностью, функцией и спросом. Цель маркетинговой деятельности. Маркетинговые стратегии. Виды спроса и виды маркетинга.

Комплексное изучение рынка. Основные направления комплексного изучения рынка. Методы изучения и прогнозирования рынка.

Система маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования определение проблемы, постановка целей, формирование рабочей гипотезы, разработка рабочего инструментария, процесс получения и обработки данных, оформление отчета маркетинговых исследований. Проблемы и цели исследования. Методы маркетинговых исследований. Современное состояние маркетинговых исследований.

Информационное обеспечение в системе маркетинга. Маркетинговая информация: о внешней и внутренней среде компании, исследовательская информация. Первичная и вторичная информации. Система обработки маркетинговой информации. Способы сбора информации.

Изучение товарной структуры рынка. Сущность и классификация товарных рынков. Рынок сбыта продукции.

Требования к изучению рынка. Задачи изучения рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Рыночная ситуация. Емкость рынка и факторы, влияющие на емкость рынка.

Целевой рынок. Сегментирование рынка. Цели сегментирования рынка. Критерии сегментации рынка. Сегментация рынка товаров и услуг: стратегическая, продуктовая и конкурентная сегментация.

Методы рыночного сегментирования. Целевой сегмент рынка. Выбор целевого сегмента рынка: требования к сегменту, измерение и прогнозирование спроса. Рыночная ниша и рыночное окно. Позиционирование товара. Комплекс маркетинга.

Поведение потребителей, принципы оценки поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология потребителей. Конечные потребители. Потребители-организации. Моделирование поведения конечных потребителей. Процесс моделирования конечных потребителей. Моделирование поведения потребителей-организаций.

Маркетинговая среда организации. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды. Конкурентная среда на рынке. Исследование позиций на рынке основных конкурентов. Виды конкуренции. Конкурентоспособность фирмы и товара. Конкурентные преимущества фирмы.

Изучение поставщиков. Требования, предъявляемые к поставщикам. Выбор поставщиков.

Маркетинговые посредники (по организации товародвижения, кредитные, финансовые, консалтинговые, рекламные). Каналы сбыта, их характеристики. Выбор посредников. Анализ эффективности деятельности посредников.

Внутренняя среда организации и ее характеристика. Изучение внутренних возможностей организации: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.

Инструменты анализа внешней и внутренней среды организации: NDPESTEL - анализ, МЕЗО – анализ, модифицированный SWOT - анализ с экспертным опросом.

Товар в системе маркетинга. Понятие товара: конкретный товар, расширенный продукт, обобщенный продукт. Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Фазы жизненного цикла. Факторы, влияющие на продолжительность жизненного цикла. Модели товара. Четырехуровневая модель товара.

Товарный знак, его значение в товарной политике. Структура и виды товарных знаков. Упаковка товара, ее виды и функции. Маркировка и ее использование в товарной политике. Товарный ассортимент, его структура. Ассортиментная концепция и формирование и управление ассортиментом. Система формирования ассортимента.

Планирование товарного ассортимента. Условия и технология планирования ассортимента. Сетевые графики планирования

Модели товара. Новые товары в рыночной стратегии. Понятие «новый товар». Разработка концепции нового товара. Внедрение нового товара на рынок.

Конкурентоспособность товара и факторы, ее определяющие. Качество товара. Уровни качества товара. Стандартизация и сертификация товара.

Сущность сервиса (обслуживания) и его структура. Виды сервиса. Основные принципы и задачи организации сервиса.

Каналы распределения товаров и посредники. Основные задачи посредников. Уровни каналов распределения. Виды посредников - независимые и зависимые посредники.

Товародвижение. Уровень обслуживания покупателей и факторы, влияющие на него. Выбор канала товародвижения. Организация товародвижения.

Формирование спроса и стимулирование сбыта. Товарная реклама. Мероприятия ФОС. Формы и виды товарной рекламы. Каналы распространения рекламы. Рекламные мероприятия. Престижная реклама.

Стимулирование сбыта. Ярмарки и их функции. Задачи и виды выставок.

Цена в комплексе маркетинга. Стратегия ценообразования. Факторы рыночного ценообразования. Модели определения цен.

Методы ценообразования. Ценовая стратегия предприятия.

Управление маркетингом как комплексная проблема.

Функции маркетинга - система маркетинга - служба маркетинга. Функциональные связи маркетинга: производство - маркетинг, финансы - маркетинг, закупки, сбыт - маркетинг, персонал - маркетинг. Принятие стратегических решений.

Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне. Портфельные маркетинговые стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Разработка плана маркетинговых мероприятий.

Принципы построения маркетинговой службы предприятия. Задачи маркетинговой службы. Типовое положение о службе маркетинга. Организационная структура маркетинговой службы компании. Профессиональные требования к специалистам в области маркетинга.

### ***Экономика***

Институциональное направление экономической мысли. Кейнсианство. Неолиберализм.

Человек как биологическое и социальное существо. Потребности. Теория пирамиды потребностей А.Г.Маслоу, теория приобретенных потребностей Д. Макклеланда. Способы удовлетворения потребностей: самообеспечение, натуральный и денежный обмен.

Определение рынка. Основные вопросы рыночной экономики. Четыре элемента рыночного механизма: цена, спрос, предложение и конкуренция.

Производство. Основные факторы производства (экономические ресурсы). Комбинирование, мобильность и взаимозаменяемость экономических ресурсов.

Право собственности. Юридическое содержание собственности: владение, пользование и распоряжение.

Определение капитала в марксистской и современной экономической литературе.

Экономическая природа прибыли.

Кругооборот и оборот капитала.

Производство прибавочного продукта - основа экономического и социального прогресса общества.

### **Основная литература**

1. Бронникова Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие. Кнорус, 2013.

2. Институциональная экономика: учебное пособие для студентов вузов / Олейник, Антон Николаевич; А. Н. Олейник. - М.: ИНФРА-М, 2011.

3. История менеджмента: учебное пособие / [под ред. Э. М. Короткова]. - Москва: ИНФРА-М, 2014.

4. Коротков, Э.М. Менеджмент: учебник для бакалавров: учебник по направлению и специальности "Менеджмент" / Коротков, Эдуард Михайлович; Э. М. Коротков. - 2-е изд. - М.: Юрайт, 2013.

5. Литвак Б.Г. Управленческие решения: учебник для студентов высшего профессионального образования / Литвак, Борис Григорьевич; Б. Г. Литвак. - М.: [Московская финансово-промышленная академия], 2012.

6. Попов С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видения-цели-изменения. Учебно-практическое пособие. - М.: Юрайт, 2013.

7. Розанова Н.М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов: учебник для бакалавров: учебник для студентов вузов. / Розанова, Надежда Михайловна; Н. М. Розанова; Высшая школа экономики, Нац. исслед. ун-т. - Москва: Юрайт, 2013.



## Дополнительная литература

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. –2-е изд. –М.: Гардарика, 2014.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник, 3-е изд. – М.: Гардарика, 2015.
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга. – М.: Фин-пресс, 2013.
4. Ермоленко В.В. Теория, методология и инструменты интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений в корпорации: Монография. Краснодар: Издательство КубГУ, 2012.
5. Контроллинг: учебник для студентов вузов / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова; [под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько]. - [3-е изд., дораб.]. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013.
6. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник / Б.Н. Ерёмин. — М.: КНОРУС, 2006.
7. Менеджмент: учебник / Гос. ун-т управления; под ред. М. Л. Разу; [А. М. Лялин и др.]. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2016.
8. Менеджмент: учебник для бакалавров / под общ. ред. И. Н. Шапкина. - М.: Юрайт : [ИД Юрайт], 2012.
9. Мильнер, Б.З. Теория организации: учебник для студентов вузов / Мильнер, Борис Захарович; Б. З. Мильнер. - Изд. 8-е, перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012.
10. Михненко, П.А. Теория менеджмента: учебник для студентов вузов / Михненко, Павел Александрович; П. А. Михненко. - М.: Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2012.
11. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для студентов вузов / Нуреев, Рустем Махмутович; Р. М. Нуреев. - 2-е изд., изм. - М.: Норма, 2008.
12. Песоцкая, Е.В. Менеджмент: учебник для бакалавров / Е. В. Песоцкая, О. В. Русецкая, Л. А. Трофимова; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов; под ред. А. Н. Петрова. - М.: Юрайт, 2011.
13. Резник, С.Д. Организационное поведение: учебник для студентов вузов / Резник, Семен Давыдович; С. Д. Резник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012.

14. Рыжикова, Т.Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. - Москва: ИНФРА-М, 2014.

15. Савиков И. Н. Инструменты стратегического анализа// [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)

16. Синяева, И. М. Маркетинг: теория и практика: учебник для бакалавров (ФГОС ВПО третьего поколения) Юрайт, 2013.

17. Тебекин А. В. Менеджмент организации: электронный учебник: CD Кнорус, 2013.

18. Тихомирова О. Г. Менеджмент организации: история, теория, практика: учебное пособие ИНФРА-М, 2013.

19. Энциклопедия маркетинга//[marketing.spb.ru](http://marketing.spb.ru)