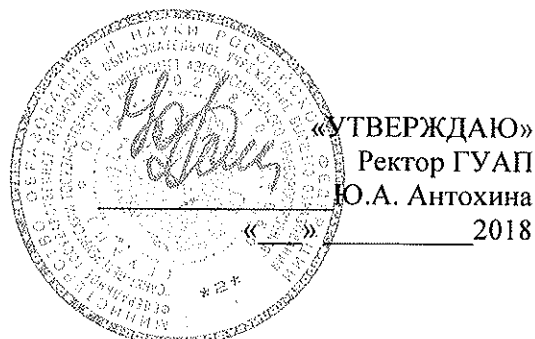


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПРИ ПРИЕМЕ НА
ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММЕ МАГИСТРАТУРЫ
НА НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.04.02 «Менеджмент»

Санкт-Петербург 2018

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО ПРИЕМУ В МАГИСТРАТУРУ НА НАПРАВЛЕНИЕ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

1.1 Настоящая Программа, составленная в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом ВО по направлению 38.03.02 «Менеджмент», устанавливает содержание вступительных испытаний с целью определения подготовленности претендентов и наличия способностей для обучения в магистратуре по направлению 38.04.02.

2. ПРОГРАММА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ.

2.1 Программа вступительного испытания, содержит вопросы в объеме требований, предъявляемых образовательным стандартом высшего образования уровня подготовки бакалавра по направлению, соответствующему направлению магистратуры.

2.2 Конечной целью вступительного испытания является определение уровня знаний и компетенций абитуриента по 100-балльной шкале.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ.

1. Стратегический менеджмент: основные понятия и задачи. Модель стратегического процесса.
2. Модель заинтересованных сторон.
3. Стратегическая пирамида.
4. Миссия и ценности организации.
5. Цели организации и подходы к их формированию. Инструменты целеполагания.
6. Соотношение и согласование миссии, целей и задач организации.
7. Объекты стратегического анализа. Ситуационный анализ и ключевые характеристики проблемных ситуаций.
8. Инструменты стратегического анализа факторов внешней среды.
9. Отраслевой анализ и определение ключевых факторов успеха.
10. Внутренняя среда организации и ее стратегический анализ.
11. Оценка ресурсов организации и ее конкурентной силы.
12. Ключевые компетенции организации. Анализ способностей компании.
13. Подходы и методы стратегического анализа цепочки ценностей.
14. Анализ потенциала организации: маркетингового, инновационного, кадрового, организационного.
15. SWOT-анализ как инструмент стратегического менеджмента.
16. Стратегии и конкурентные преимущества (по М. Портеру).
17. Стратегии интеграции. Стратегические альянсы. Стратегии инновационного развития.
18. Стратегии диверсификации. Анализ бизнес-портфеля диверсифицированных компаний (матрица БКГ, матрица McKinsey, матрица «жизненный цикл - стратегия»).
19. Выбор стратегии и ее реализация: факторы и критерии, выбор подходов, оценка результатов.
20. Стили и методы стратегического управления. Команды стратегического управления. Роль лидерства.
21. Организационная культура и реализация стратегии. Преодоление сопротивления персонала.
22. Организационные структуры и процедуры поддержания политик организации. Их роль в реализации стратегии.
23. Организационный и стратегический контроль.
24. Методы сбора и обработки информации на уровне стратегического управления: мониторинг, аудит, управленческий учет.
25. Оценка эффективности стратегического управления в организации.

26. Место Финансового менеджмента в системе управления компанией, цели и задачи.
27. Финансовая система страны.
28. Рынок капиталов. Назначение, структура, инструменты.
29. Денежный рынок. Назначение, структура, инструменты.
30. Валютный рынок. Назначение, структура, инструменты.
31. Финансовая отчетность организации.
32. Структура оборотного капитала и аналитические показатели. Платежеспособность и ликвидность.
33. Анализ управления оборотным капиталом с использованием различных показателей.
34. Стратегии финансирования оборотного капитала.
35. Система управления дебиторской задолженностью.
36. Основные инструменты краткосрочного финансирования и их сравнительный анализ.
37. Скрытые издержки финансирования. Факторинг. Риск потери ликвидности.
38. Цели, задачи и результаты анализа финансовой отчетности.
39. Анализ финансовой отчетности на основе отдачи на инвестированный капитал.
40. Управление финансами компании на основе дерева ROI.
41. Рентабельность собственного капитала, значение показателя и движущие факторы.
42. Финансовый леверидж. Коэффициент финансовой зависимости. Движущие факторы рентабельности инвестиций.
43. Структура относительных финансовых показателей в дереве ROE, анализ системы взаимосвязанных показателей.
44. Иерархия финансовых планов.
45. Стратегическое прогнозирование финансов.
46. Среднесрочное планирование финансов.
47. Основные разделы финансового и инвестиционно-финансового плана.
48. Краткосрочное финансовое планирование на основе бюджетов.
49. Разработка финансовых бюджетов на основе системы взаимосвязанных показателей.
50. Бюджетное управление: гибкость, анализ, система коррекции и контроля, центры ответственности.
51. Управление человеческими ресурсами, его место и роль в системе управления предприятием.
52. Задачи управления человеческими ресурсами.
53. Структура системы управления человеческими ресурсами.
54. Комплексное обеспечение системы УЧР.
55. Кадровая политика в организации и ее элементы.
56. Исходные документы для формирования кадровой политики и их взаимосвязь с миссией и целями организации.
57. Стратегия УЧР.
58. Планирование потребности в персонале.
59. Найм персонала: внутренние и внешние источники привлечения персонала.
60. Отбор персонала: цели, процедуры.
61. Методы оценки при отборе персонала.
62. Прием и учет персонала.
63. Деловая оценка персонала.
64. Аттестация персонала.
65. Профессиональная ориентация работников.
66. Адаптация персонала.
67. Система профессионального обучения человеческих ресурсов.
68. Организация развития УЧР.
69. Служебно-профессиональное движение человеческих ресурсов в организации.
70. Деловая карьера и формирование кадрового резерва.
71. Сравнительная характеристика теорий мотивации.
72. Формы и системы материального и нематериального стимулирования.
73. Управление трудовыми конфликтами.
74. Методы оценки эффективности работы кадровых служб.

75. Встраивание системы оценки эффективности работы кадровых служб в общую систему управленческого контроля в организации.
76. Принципы маркетинга.
77. Функции маркетинга.
78. Концепции маркетинговой деятельности.
79. Маркетинговая среда предприятия.
80. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса.
81. Классификация маркетинга в зависимости от вида товара.
82. Сегментирование рынка. Признаки сегментирования.
83. Позиционирование товара на рынке.
84. Жизненный цикл товара. Политика маркетинга на разных этапах ЖЦТ.
85. Рыночная атрибутика товара. Товарный знак.
86. Брэндинг, способы его создания.
87. Анализ хозяйственного портфеля компании. Матрица БКГ.
88. Конкурентоспособность товара. Методика его определения.
89. Ценовая политика в системе маркетинга.
90. Стратегии ценообразования стратегии их выбора.
91. Каналы распределения в маркетинге, их преимущества и недостатки.
92. Товарная реклама как элемент маркетинговой коммуникации.
93. Средства распространения рекламы.
94. Задачи и принципы рекламы.
95. Формирование рекламного бюджета фирмы.
96. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия.
97. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
98. Виды стратегий маркетинговой деятельности.
99. Оргструктуры управления маркетингом, их преимущества и недостатки.
100. Контроль маркетинговой деятельности.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ.

Экзаменационное задание содержит три теоретических вопроса в соответствии с перечнем вопросов из пункта 3. При проверке каждый из трех вопросов оценивается по тридцатитрехбалльной системе оценивания в зависимости от полноты и правильности выполнения задания. Каждая фактическая ошибка снижает оценку на 3 балла, если ошибка является не существенной, то оценка снижается на 1-2 балла в зависимости от ошибки. Полнота ответа является существенным условием для выставления максимального балла. Неполные ответы оцениваются в процентном отношении к полному ответу. Исходя из процента полноты ответа и количества ошибок выставляется балл за каждый из трех вопросов. Дополнительно оценивается в один балл или ноль баллов общее впечатление от работы – грамотность ответов и четкость формулировок.