

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинский государственный
университет имени Коста Левановича Хетагурова»

Факультет бизнеса и управления



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
бизнеса и управления
А.А.Илаев

**ПРОГРАММА И ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ
ИСПЫТАНИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02
МЕНЕДЖМЕНТ НА МАГИСТЕРСКУЮ ПРОГРАММУ
«МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Для приема на обучение в 2019 году

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Составитель: д.э.н., профессор кафедры
менеджмента Гуриева Л.К.
к.э.н., доцент кафедры
маркетинга и рекламы
. Бекмурзаева З.Х

Владикавказ 2018

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.04.02 – Менеджмент, Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью" утвержденным приказом Министерства образования Российской Федерации от 30.03.2015 г., № 322, учебным планом подготовки магистра по направлению 38.04.02 – «Менеджмент», Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью" утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет» от 28.04.2018 г., протокол № 12.

Составитель: 

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и рекламы
(протокол № 5 от 5.07.2018 г.)

Зав. кафедрой  И.Х. Кучиева

Одобрена советом факультета бизнеса и управления (протокол № 12 от 5.07.2018г.)

Председатель  А.А.Илаев

Содержание

Часть I. Правила проведения вступительного испытания	4
Часть II. Программа вступительного испытания	6
ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА.....	6
Список рекомендуемых источников информации и литературы	7
Перечень вопросов для поступающих в магистратуру	13
Образцы билетов вступительного испытания.....	15

Часть I. Правила проведения вступительного испытания

Вступительное испытание по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент на магистерские программы «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» представляет собой комплексный экзамен, который проводится в устной форме по билетам за подписью председателя экзаменационной комиссии - декана факультета управления. Билет состоит из двух вопросов, отражающих основные разделы программы вступительных испытаний: основы менеджмента, стратегический менеджмент, основы маркетинга. Оценка знаний абитуриентов проводится по стобалльной шкале по критериям, представленных в нижеследующей таблице:

Дисциплина раздела программы вступительных испытаний	Максимальное количество баллов за ответ
Вопрос 1	40
Вопрос 2	40
Дополнительные вопросы	20
Итого:	100

Минимальное количество баллов – 56.

Настоящая программа соответствует требованиям, предъявляемым к образовательным программам Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 года № 322.

К лицам, поступающим на магистерские программы по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, предъявляются общие требования для поступления на магистерские программы ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова».

Вступительные испытания (вступительный экзамен) принимается сформированной и утвержденной приказом ректора ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова» приемной комиссией, только при наличии необходимого кворума в присутствии председателя комиссии. Вступительный экзамен проводится в заранее подготовленной и определенной аудитории Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова, в которой оборудуются места для экзаменационной комиссии и индивидуальные места для студентов. Во время экзамена члены комиссии наблюдают за самостоятельной подготовкой к ответу.

К началу экзамена должны быть приготовлены и находиться в аудитории:

- приказ о составе приемной комиссии;
- экзаменационные билеты в запечатанном конверте;
- сведения о претендентах, сдающих экзамен, подготовленные в приемной комиссии университета;
- список студентов, сдающих экзамен;
- протоколы сдачи экзамена;
- экзаменационная ведомость для выставления оценок по вступительному испытанию.

В аудиторию запрещается вносить объемные сумки, пакеты, аудио- и видеотехнику, мобильные телефоны, компьютеры, и другие технические средства.

Процедура вступительного экзамена включает три этапа:

1. Начало экзамена.
2. Заслушивание ответов.
3. Подведение итогов экзамена.

Начало экзамена. В день экзамена перед началом экзамена абитуриенты,

поступающие в магистратуру, приглашаются в аудиторию, где председатель приемной комиссии:

- знакомит присутствующих и экзаменующихся с приказом о создании приемной комиссии, зачитывает его и представляет экзаменующимся состав комиссии персонально;
- вскрывает конверт с экзаменационными билетами, проверяет их количество и раскладывает на специально выделенном для этого столе;
- даёт общие рекомендации экзаменующимся по подготовке ответов, устному изложению вопросов билета, а также по ответам на дополнительные вопросы;
- оставляет в аудитории пять студентов, которые выбирают билеты, называют свою фамилию, имя, отчество и номер билета, занимают свободные места за столами для подготовки ответов.

Вступительный экзамен проводится устно по индивидуальным билетам, которые берет каждый абитуриент методом «случайного выбора».

Заслушивание ответов. Абитуриенты, подготовившись к ответу, поочередно занимают место перед комиссией для сдачи экзамена. Для ответа каждому студенту отводится примерно 20-30 минут. Возможны следующие варианты заслушивания ответов:

1. Абитуриент раскрывает содержание первого вопроса билета, отвечает на уточняющие вопросы, затем - второго вопроса и отвечает на уточняющие вопросы.

2. Абитуриент отвечает на все вопросы билета, а затем дает ответы членам комиссии на уточняющие, поясняющие и дополняющие вопросы. Как правило, дополнительные вопросы тесно связаны с основными вопросами билета. Право выбора порядка ответа на вопросы билета предоставляется экзаменуемому абитуриенту.

В обоих из этих вариантов комиссия, внимательно слушая экзаменуемого, предоставляет ему возможность дать полный ответ по всем вопросам билета вступительных испытаний. В некоторых случаях по инициативе председателя или членов комиссии ответ студента может быть тактично приостановлен. При этом дается краткое, но убедительное пояснение причины приостановки ответа: ответ явно не по существу вопроса, ответ слишком детализирован, экзаменуемый допускает ошибку в изложении нормативных актов, статистических данных и пр.

Другая причина – когда студент грамотно и полно изложив основное содержание вопроса, продолжает его развивать. Если ответ остановлен по первой причине, то экзаменуемому предлагают перестроить содержание излагаемой информации сразу же или после ответа на другие вопросы билета. Заслушивая ответы каждого экзаменуемого, вступительная комиссия подводит краткий итог ответа, проставляет соответствующие баллы в экзаменационную ведомость в соответствии с рекомендуемыми критериями.

Ответивший абитуриент сдает свои записи, сделанные при подготовке ответов на вопросы билета вступительных испытаний.

Подведение итогов сдачи экзамена. После ответа последнего студента под руководством председателя приемной комиссии проводится обсуждение и выставление оценок. По каждому абитуриенту решение о выставлении оценки должно быть единогласным. Члены комиссии имеют право на особое мнение по оценке ответа отдельных лиц. Оно должно быть мотивированно и записано в протокол. Одновременно формулируется общая оценка уровня теоретических и практических знаний экзаменуемых, выделяются наиболее грамотные компетентные ответы. Результат вступительного экзамена на магистерскую программу определяется по 100 балльной шкале. Они объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний приемной комиссии и размещаются на официальном сайте Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова. Абитуриент, не сдавший вступительный экзамен в магистратуру, допускается к нему повторно, но не ранее чем через один год.

Часть II. Программа вступительного испытания

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Тема 1. Рынок как объективная экономическая основа маркетинга. Понятие и виды рынков

Понятие рынка. Рынок как способ организации общественного производства. Рынок как способ поведения хозяйственных субъектов. Рынок как способ мышления. Классификация рынков. Государственное регулирование рынка. Формы воздействия государства на спрос и предложения.

Тема 2. Маркетинг как система деятельности на рынке. Содержание и цели маркетинговой деятельности

Понятие маркетинга. Основные категории маркетинга. Социально-экономическая сущность маркетинга. Виды маркетинга. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Интегрированный маркетинг. Демаркетинг. Конверсионный маркетинг. Массовый маркетинг. Современная концепция маркетинга. Маркетинг как система деятельности на рынке. Направления, методы и задачи маркетинга как системы. Содержание и цели маркетинговой деятельности.

Тема 3. Концепции маркетинга

Концепция совершенствования производства. Применение данной концепции в двух ситуациях. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция маркетинга. Концепция социально-этичного маркетинга.

Тема 4. Маркетинговая среда предприятия

Определение маркетинговой среды предприятия. Основные факторы микросреды функционирования предприятия: поставщики, маркетинговые посредники (торговые посредники, фирмы, специалисты по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг и кредитно-финансовые учреждения), клиентура, конкуренты, контактные аудитории. Основные факторы макросреды функционирования фирмы: демографическая среда; экономическая среда; природная среда; научно-техническая среда; политическая среда; культурная среда.

Тема 5. Критерии и методы сегментации рынка

Понятие рыночной сегментации рынка. Объекты сегментации. Условия сегментации рынка. Критерии сегментации рынка. Признаки сегментации рынка товаров народного потребления. Признаки сегментации рынка товаров производственно-технического назначения. Процесс сегментации рынка. Методы рыночной сегментации. Метод группировок по одному или нескольким признакам. Методы многомерного статистического анализа.

Тема 6. Целевой сегмент рынка и позиционирование товара

Понятие целевого сегмента рынка. Выбор целевого сегмента рынка. Стратегии маркетинга и способы выбора целевого сегмента рынка. Рыночное окно и рыночная ниша. Позиционирование товара на рыночном сегменте. Факторы, определяющие позицию товара на рынке. Разработка комплекса маркетинга.

Тема 7. . Общая характеристика товара. Товарный знак, фирменный стиль, упаковка и маркировка товара.

Общая характеристика товара. Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Оптимальное соотношение товаров с разными циклами жизни в ассортименте предприятия. Возможности продления ЖЦТ. Товарный знак и его сущность. Правовое

обеспечение товарного знака. Фирменный стиль и его составные элементы. Упаковка и маркировка товара. Функции упаковки. Требования, предъявляемые к маркировке.

Тема 8. Жизненный цикл товара и необходимость его изучения

Определение цикла жизни продукта. Фаза разработки товара. Фаза внедрения продукта. Фаза роста. Фаза зрелости. Фаза насыщения. Фаза спада. Виды отдельных жизненных циклов.

Тема 9. Система цен и их классификация. Факторы, влияющие на формирование цены

Понятие системы цен. Классификация цен. Состав оптовой цены предприятия. Состав розничной цены. Ценовые стратегии. Цены в условиях рынка. Факторы, влияющие на уровень цен. Ценовая и неценовая конкуренция. Установление цены на товары.

Тема 10. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга

Основные цели бизнес-планирования. Роль и содержания финансово-экономического анализа как основы бизнес-плана. Основные этапы и проблемы разработки бизнес-плана.

Тема 11. Разработка маркетинговой программы на предприятии

Маркетинговая программа и маркетинговый план на предприятии. Виды маркетинговых программ. Этапы разработки маркетинговой программы на предприятии.

Список рекомендуемых источников информации и литературы

а) основная литература:

1. Абчук В.А. Менеджмент: Учебник. – СПб.: Издательство «Союз», 2012. (Серия «Высшая школа»). Эл. уч.
2. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Балашов А.И., Котляров И.Д., Санина А.Г. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие. – СПб: Питер, 2012.
4. Басовский Л.Е. Маркетинг: учеб.пособие / Л. Е. Басовский; Е.Н.Басовская. - 2-е изд., перераб.и доп. - М. : ИНФРА-М, 2013.
5. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс] : электр.учебник / В. И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2014.
6. Вергилес Э.В. Стратегическое управление организацией:/Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. -М.: КНОРУС, 2013.
7. Веснин В.Р. Управление организацией. Теория и практика. Учебник. – М.: Проспект, 2014.
8. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
9. Дейнека А.В., Беспалько В.А. Управление человеческими ресурсами: Учебник для бакалавров. – М.: Дашков и К, 2013.
10. Занковский А.Н. Организационная психология. – М., 2012.
11. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб.пособие / Под ред. В.М, Аньшина, А.А. Дагаева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2013.
12. Каменева,Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособ. / Н. Г. Каменева; В.А.Поляков. - М.: ИНФРА-М, 2015.
13. Котлер,Филип. Маркетинг менеджмент = Marketing management : учебник / Котлер,Филип ; К.Л.Келлер. - 12-е изд. - СПб. : Питер, 2012.
14. Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегический менеджмент: учебник, 2-е изд., перераб

и доп. – М.: Высшее образование, 2013

15. Латфуллин Г.А., Никитин А.С., Серебренников С.С.. Теория менеджмента .СПб.: Питер, 2014

16. Магомедов, А.М. Экономика фирмы : учебник / А. М. Магомедов ; М.И.Маллаева. - Изд.2-е, доп. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013.

17. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Мазилкина, Елена Ивановна. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2012.

18. Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами. Уроки эффективного HR-менеджмента. – М.: Дело, 2014.

19. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012.

20. Мескон, Альберт, Хедоури. Основы менеджмента, 3-е издание: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2012.

21. Моосмюллер, Гертруда. Маркетинговые исследования с SPSS: учебное пособие / Моосмюллер, Гертруда; Н.Н. Ребик. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2011.

22. Одегов Ю. Г. Управление персоналом: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2014.

23. Орешин В.П. Система государственного и муниципального управления (учеб. пособие). – М.: Инфра-М, 2014.

24. Романов А. А. Маркетинг: учебное пособие / Романов А.А.; Басенко В.П., Жуков Б.М.. - М.: Дашков и К, 2012.

25. Романов А. А. Маркетинг: учебное пособие / Романов, Александр Анатольевич ; В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - М.: Дашков и К, 2012.

26. Секерин В. Д. Основы маркетинга: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2012.

27. Семенов А.К., Набоков В.И. Теория менеджмента. М.: Синергия, 2012.

28. Симонян Т. В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации: учебное пособие. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.

29. Складар Е.Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Складар; Г.И.Авдеенко, В.А. Алексунин. - М.: Дашков и К, 2012.

30. Стратегический менеджмент / Под ред. Петрова А. Н. – СПб.: Питер, 2012.

31. Стратегический менеджмент: основы стратегического управления: Учебное пособие / Под ред. проф. Чернышева М.А. (эл. ресурс <http://management61.ru>)

32. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Ю.Т. Шестопал, Н.Д. Дорофеев, В.А. Дресвянников, Н.Ю. Щетинина, А.Н. Шмелёва. – М.: КНОРУС, 2013. - 320 с.

33. Теория менеджмента Под ред. В. Я. Афанасьева, М.: Юрайт 2013

34. Теория менеджмента. Под ред. Л.С. Леонтьевой, М.: Юрайт, 2013

35. Тодошева С.Т. Теория менеджмента. М.: КноРус, 2013.

б) дополнительная литература:

1. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителей. Уч. пособие. -М.: Инфра-М, 2009.

2. Багиев. Г. Л. Основы маркетинговых исследований: Учеб. пособие. - СПб : Изд-во С.-Петербург. ун-та Экономики и финансов, 1996.

3. Басенко В.П. Организационное поведение: Уч. пос. – М.: «Дашков и Ко», 2012. (теория организации).

4. Большаков А.С., Михайлов В.И. Современный менеджмент: Теория и практика. - С.-Пб., 2009.

5. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учебник. – М.: ИнфраМ, 2009

6. Бронштейн М. Управление командами для «чайников». – М. «Вильямс» 2009.

7. Вершигора Е.Е. Менеджмент. Уч. пособие. – М.: Инфра-М, 2011.

8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: – М.: Экономистъ, 2010

9. Вудюк М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер: Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1991.

10. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. –511 с. (Серия «Золотой фонд российских учебников»).

11. Дойл П.Г. Основы менеджмента: стратегия и тактика. – СПб.: Питер, 1999.
12. Друкер П. Практика менеджмента. - М., Вильямс, 2010.
13. Дубровский, П.В. Менеджмент качества процессов: учебно-методический комплекс / П. В. Дубровский. – Ульяновск: УлГУ, 2006.
14. Екатеринбургский Ю.Ю. Управленческие ситуации: анализ и решения. – М.: Экономика, 1988.
15. Котлер, Филип. Основы маркетинга / Котлер, Филип; Пер.с англ.В.Б.Боброва. – СПб. : АО "Коруна", АОЗТ "Литера плюс", 1994.
16. Кредисов А.И. История учений менеджмента. - К.: Вира-Р, 2010.
17. Лютенс Ф. Организационное поведение. Пер. с англ. - М., Инфра-М, 2010.
18. Макашев И.Н., Овчинникова Н.В., Всемирная история управленческой мысли, Москва, 2007
19. Малюк В.И. Менеджмент: деловые ситуации, практические задания, курсовое проектирование. – М.: Кнорус, 2010
20. Маршев В.И. История управленческой мысли: Учебник. – М.: Инфра-М, 2005.
21. Маршев В.И., История управленческой мысли. ИНФРА-М, 2009.
22. Сергеев И. В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004.
23. Справочник директора предприятия / Гос.ун-т управл.; под ред М.Г.Лапусты. - 7-е изд., испр. измен. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2004.
24. Третьяк. В. П. и др. Основы маркетинга / Третьяк, Владимир Петрович и др. – СПб, 1993.
25. Черчилль, Гилберт А. Маркетинговые исследования / Черчилль, Гилберт А.; Под общ. ред. проф. И.В.Крылова; Пер.с англ. – СПб : Питер, 2002.
26. Шпалинский В.В. Психология менеджмента. - М.: Изд-во Урао, 2000
27. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2003, 2004.
28. Экономика предприятия : учебник / И.Э. Берзинь [и др.]: под ред. С.Г. Фалько. – М.: ДРОФА, 2003.
29. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. докт. А.Е. Карлика и М.Л. Шухгальтер. – М.: ИНФРА-М, 2001.
30. Экономика предприятия: учебник, практикум / Грибов, Владимир Дмитриевич ; В.П. Грузинов. - Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2006.
31. Экономика предприятия: Учебное пособие / А.С. Паламарчук, Л.Г. Паштова. – М.: ИНФРА-М, 2001.
32. Экономика трудовых ресурсов: Учеб. пособие. / Под ред. проф. П.Э. Шлендера. – М.: Вузовский учебник, 2011.
33. Якокка Л. Карьера менеджера. – М., 1995.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы, базы данных, информационно-поисковые системы

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы (библиотека СОГУ): библиотека e-library, электронная библиотека диссертаций РГБ, университетская библиотека online; собственные библиографические базы данных: электронный каталог, электронная картотека газетно-журнальных статей, электронная картотека авторефератов диссертаций и диссертаций.

EBSCO – Универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний. <http://search.epnet.com>

"Emerald Management Extra 111" (EMX111) - база данных по экономическим наукам, включает 111 полнотекстовых журналов издательства Emerald по менеджменту и смежным дисциплинам. www.emeraldinsight.com/ft

ProQuest: ABI / Inform Global - полнотекстовая база данных по бизнесу, менеджменту и экономике.

Информационно-справочные системы: «Консультант Плюс», «Гарант» <http://proquest.umi.com/login>

Ассоциация Деминга <http://deming.ru/TexnUpr/FunkModOcen.htm>
Учебный Центр Luxoft <http://www.Luxofttraining.ru/>
Основы менеджмента <http://examen.od.ua/osnovi/>

г) периодические издания:

1. Вестник McKinsey
2. Деловые люди.
3. Директор
4. Менеджмент в России и за рубежом
5. Мотивация и оплата труда
6. Коммерсантъ.
7. Проблемы теории и практики управления
8. Российский журнал менеджмента
9. Российский экономический журнал
10. Секрет фирмы
11. Эксперт.
12. Harvard Business Review (
13. Academy of Management Review
14. Human Resource Management
15. Organizational Behavior and Human Decision Processes
16. Strategic Management Journal

Литература из университетской библиотеки ONLINE (<http://www.biblioclub.ru>)

1. Алексеевский В. С., Коротков Э. М. Введение в специальность «Менеджмент организации»: учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012
2. Аналоуи Ф., Карами А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: учебник - М.: Юнити-Дана, 2012
3. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов: учебное пособие / И.В. Арженовский. - М. : Юнити-Дана, 2012.
4. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: Финансы и статистика, 2004.
5. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Теория менеджмента: учебник - М.: Дашков и Ко, 2014
6. Бондаренко В. В., Юдина В. А. Менеджмент: введение в профессию: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») - М.: КноРус, 2015
7. Бычкова А. В. Управление персоналом: учебное пособие - Пенза: Пензенский государственный университет, 2014
8. Васильев Г. А., Деева Е. М. Организационное поведение: учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012
9. Веденьков, И.Б. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы в компании / И.Б. Веденьков. - М. : Лаборатория книги, 2012.
10. Вергилес Э. В., Давтян А. В., Ларионов А. С., Матвеевко М. Ю. Стратегическое управление: практикум - М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007
11. Веснин В. Р. Менеджмент в вопросах и ответах: учебное пособие - М.: Проспект, 2015
12. Веснин В. Р. Менеджмент в схемах и определениях: учебное пособие - М.: Проспект, 2015
13. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник - М.: Проспект, 2015
14. Веснин В. Р. Основы менеджмента: учебник - М.: Проспект, 2015
15. Веснин В. Р. Основы управления: учебное пособие - М.: Проспект, 2015
16. Веснин В. Р. Стратегическое управление: учебник - М.: Проспект, 2015
17. Веснин В. Р. Стратегическое управление: учебное пособие - М.: Проспект, 2015
18. Веснин В. Р. Теория организации в схемах: учебное пособие - М.: Проспект, 2015
19. Веснин В. Р. Теория организации и организационного поведения: учебник - М.: Проспект, 2014
20. Веснин В. Р. Теория организации: учебник - М.: Проспект, 2015
21. Веснин В. Р. Управление персоналом в схемах: учебное пособие - М.: Проспект, 2015
22. Веснин В. Р. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебник - М.: Проспект, 2015
23. Гатина Л. И. Стратегическое планирование развития предприятия: учебно-методическое пособие - Казань: Издательство КНИТУ, 2012
24. Герчикова И. Н. Менеджмент. Практикум: учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012
25. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник - М.: Юнити-Дана, 2012
26. Годин, А.М. Маркетинг: учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2014.
27. Григорьев, Л.М. Мировая экономика в начале XXI века : учебное пособие / Л.М. Григорьев ; науч. рук. Л.М. Григорьев. - М. : Директ-Медиа, 2013.
28. Данилина, Я.В. Экономика для менеджеров: учебно-методическое пособие / Я.В. Данилина. - М. : Евразийский открытый институт, 2010.
29. Долгов А. И., Прокопенко Е. А. Стратегический менеджмент: учебное пособие - М.: Флинта, 2011
30. Егорова М. В. Менеджмент: учебное пособие - Казань: б.и., 2010
31. Ефимов А. Н., Барикаев Е. Н. Менеджмент. Практикум: учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012
32. Исаев Р. А. Основы менеджмента: учебник - М.: Дашков и Ко, 2010
33. Кафидов В. В. Современный менеджмент: учебник - М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012
34. Керцнер Г. Стратегическое управление в компании - М.: ДМК Пресс, 2010
35. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - М. : Дашков и Ко, 2013.

36. Ключников А. В. Исследование систем управления: учебное пособие - М.: Советский спорт, 2010
37. Ключников А. В. Основы менеджмента: учебное пособие - М.: Советский спорт, 2010
38. Кожухар В. М. Инновационный менеджмент: учебное пособие - М.: Дашков и Ко, 2012
39. Козлов А. С. Проектирование и исследование бизнес-процессов. Учебное пособие - М.: Флинта, 2011
40. Кокуева Ж. М., Яценко В. В. Ценностно-ориентированное управление : (Управление на основе ценностей): учебное пособие - М.: Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2013
41. Коробко В. И. Теория управления: учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012
42. Круглова Н. Ю. Антикризисное управление: учебное пособие - М.: КноРус, 2013
43. Кузнецов Б. Т. Стратегический менеджмент: учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012
44. Лапыгин Ю. Н., Лапыгин Д. Ю., Лачинина Т. А. Стратегическое развитие организации: учебное пособие - М.: КноРус, 2014
45. Ларионов И. К., Алиев А. Т., Антипов К. В. Стратегическое управление. Учебник для магистров - М.: Дашков и Ко, 2014
46. Лебедева, Н.Н. Институциональная экономика. Учебник для бакалавров / Н.Н. Лебедева, И.П. Николаева. - М. : Дашков и Ко, 2014.
47. Маркетинг: учебное пособие / М.Э. Сейфуллаева, С.Т. Симагина, Я.Г. Соскин и др.; под ред. М.Э. Сейфуллаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2012.
48. Маслова Е. Л. Менеджмент: учебник - М.: Дашков и Ко, 2015
49. Минько, Э.В. Маркетинг: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2012.
50. Мумладзе Р. Г., Михалкина Е. Г. Менеджмент: учебник - М.: Палеотип, 2011
51. Набиев Р. А., Локтева Т. Ф. Менеджмент: учебное пособие - М.: Финансы и статистика, 2009
52. Набиев Р. А., Локтева Т. Ф., Вахромов Е. Н. Менеджмент: практикум - М.: Финансы и статистика, 2011
53. Найпак, А.С. Маркетинговое исследование рынка сбыта продукции предприятия / А.С. Найпак. - М. : Лаборатория книги, 2011.
54. Новикова, И.В. Экономическое развитие. Модели рыночной экономики. Учебное пособие для вузов / И.В. Новикова, А.Ю. Семенов, Т.В. Максименко-Новохрост. - Минск : ТетраСистемс, 2012.
55. Петров Н. А., Мелихов С. В. Основы менеджмента: учебное пособие - Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2010
56. Петросов А. А. Стратегическое планирование и прогнозирование: учебное пособие - М.: Московский государственный горный университет, 2001
57. Попович А. М., Попович И. П., Люфт С. А. Основы менеджмента: практикум - Омск: Омский государственный университет, 2012
58. Рыбина, З.В. Экономика / З.В. Рыбина. - М. : Директ-Медиа, 2012.
59. Самсин А. И., Козлов В. В. Философия управления: учебное пособие для студентов и магистров факультета менеджмента РЭУ им. Г.В. Плеханова - М.: Палеотип, 2013
60. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и Ко, 2012.
61. Щегорцов, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Щегорцов, В.А. Таран; под ред. В.А. Щегорцов. - М.: Юнити-Дана, 2012.
62. Экономика для всех / В.К. Чунихин, К.В. Чунихин, Г.В. Чунихин, И.В. Чунихин. - М.: БИБЛИО-ГЛОБУС, 2013.
63. Экономика предприятия (фирмы) / В.А. Фурсов, Н.В. Лазарева, В.В. Куренная и др. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2013.

Перечень вопросов для поступающих в магистратуру

1. Понятие и сущность современного менеджмента.
2. Функции, принципы и структура менеджмента.
3. Классические зарубежные школы менеджмента.
4. Особенности менеджмента в условиях формирующейся рыночной экономики России.
5. Организация как субъект и объект, условие и результат управления.
6. Внутренняя среда организации.
7. Внешняя среда организации.
8. Социальные и этические аспекты менеджмента.
9. Коммуникации и развитие организации.
10. Универсальная модель коммуникаций.
11. Управленческие решения в процессе менеджмента.
12. Этапы и содержание модели принятия управленческого решения.
13. Стратегическое планирование в менеджменте организации.
14. Этапы модели стратегического планирования.
15. Организационные взаимодействия и полномочия.
16. Организационные структуры управления.
17. Мотивация деятельности в процессах менеджмента.
18. Контроль в системе менеджмента.
19. Управление человеком и управление группой.
20. Руководство: власть и партнерство.
21. Стиль менеджмента: условия формирования и факторы развития.
22. Конфликтность в менеджменте.
23. Инновации в системе менеджмента.
24. Понятие инновационного менеджмента.
25. Понятия «проект» и «управление проектами».
26. Взаимосвязь управления проектами, функционального менеджмента и управления инвестициями.
27. Теоретические основы управления проектами.
28. Методы управления проектами.
29. Сущность и причины возникновения стратегического менеджмента.
30. Эволюция стратегического управления.
31. Уровни стратегического управления.
32. Необходимость, направления и методы стратегического анализа среды организации.
33. STEEP-анализ как метод анализа внешней среды организации.
34. SWOT-анализ в стратегическом управлении.
35. Миссия и цели организации.
36. Основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке.
37. Виды эталонных стратегий развития бизнеса.
38. Матрицы стратегического анализа Boston Consulting Group (BCG) и Life Cycle (LC).

39. Разработка маркетинговой программы на предприятии.
40. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.
41. Рынок как объективная экономическая основа маркетинга.
42. Понятие и виды рынков
43. Маркетинг как система деятельности на рынке.
44. Содержание и цели маркетинговой деятельности
45. Современные концепции маркетинга
46. Маркетинговая среда предприятия
47. Критерии и методы сегментации рынка
48. Целевой сегмент рынка и позиционирование товара
49. Система цен и их классификация.
50. Маркетинговая программа и маркетинговый план на предприятии.

Виды маркетинговых программ.

51. Концепция совершенствования производства.
52. Концепция совершенствования товара.
53. Концепция интенсификации коммерческих усилий.
54. Концепция социально-этичного маркетинга.
55. Процесс и методы сегментации рынка.
56. Основные цели бизнес-планирования.
57. Роль и содержания финансово-экономического анализа как основы бизнес-плана.
58. Основные этапы и проблемы разработки бизнес-плана.
59. Этапы разработки комплекса маркетинга.

Образцы билетов вступительного испытания

Министерство образования Российской Федерации
Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова

Комплексный междисциплинарный экзамен для поступающих в магистратуру по направлению 38.04.02 Менеджмент в 2017 г. на магистерские программы:

- «Управление проектами и программами»,
- «Стратегический менеджмент»,
- «Маркетинг, реклама и связи с общественностью».

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие и сущность современного менеджмента.
2. Этапы разработки комплекса маркетинга.

Председатель экзаменационной комиссии

Т.Г. Хурумова

Министерство образования Российской Федерации
Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова

Комплексный междисциплинарный экзамен для поступающих в магистратуру по направлению 38.04.02 Менеджмент в 2017 г. на магистерские программы:

- «Управление проектами и программами»,
- «Стратегический менеджмент»,
- «Маркетинг, реклама и связи с общественностью».

Экзаменационный билет № 2

1. Функции, принципы и структура менеджмента.
2. Основные этапы и проблемы разработки бизнес-плана.

Председатель экзаменационной комиссии

Т.Г. Хурумова