

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Забелин Алексей Григорьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.08.2024 19:41:29

Уникальный программный ключ:

672b4df4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ
НА ОБУЧЕНИЕ В МАГИСТРАТУРЕ ПО ПРОГРАММЕ
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Содержание

1. Структура вступительной экзаменационной работы	3
2. Основные темы.....	3
Тема 1. Общая характеристика стратегического управления	3
Тема 2. Стратегия предприятия (организации), стратегическое управление	4
Тема 3. Выполнение и контроль стратегии	4
Тема 4. Стратегия и техническая политика предприятия	4
Тема 5. Стратегический маркетинг	5
Тема 6. Ситуационный анализ	5
Тема 7. Стратегия внешнеэкономической деятельности	5
Тема 8. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.....	6
3. Список вопросов для проверки знаний	6
4. Шкала оценивания.	9

1. Структура вступительной экзаменационной работы

На выполнение вступительной экзаменационной работы отводится 1 час (60 минут). Вступительная экзаменационная работа включает в себя 50 заданий.

В экзаменационной работе предложены задания на выбор и запись одного правильного ответа из предложенного перечня ответов.

Ответ на задания даётся соответствующей записью в виде цифры.

2. Основные темы

Программа вступительных испытаний поступающих в магистратуру по направлению «Менеджмент» позволяет выявить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач и включает вопросы по дисциплинам, формирующим знания бакалавра социально-экономических и организационных аспектов, связанных с умением принимать стратегические решения в организации, с повышением эффективности работы предприятия за счет умения эти решения принимать, а также за счет умения сплотить коллектив, разделив обязанности сотрудников и умения адекватно оценивать возможности и ресурсы организации для того, чтобы суметь завоевать свое место на рынке.

Программа опирается на общеэкономические и методологические дисциплины – «Экономическая теория», «Менеджмент», «Теория организации», «Управление персоналом», «Маркетинг» и др.

Тема 1. Общая характеристика стратегического управления

- 1.1 Сущность стратегического управления. Этапы развития стратегического подхода. Определение понятия «Стратегическое управление». Проявления нестратегического управления.
- 1.2 Конкурентные преимущества. Понятие конкурентных преимуществ. Виды конкурентных преимуществ. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
- 1.3 Особенности стратегического управления.
- 1.4 Содержание и структура стратегического управления. Анализ среды. Определение миссии и целей. Выбор стратегии. Выполнение стратегии. Оценка и контроль реализации стратегии.

Тема 2. Стратегия предприятия (организации), стратегическое управление

- 2.1 Сущность стратегии организации. Два понимания стратегии в практике бизнеса.
- 2.2 Типы стратегий развития бизнеса. Подходы к выработке стратегии. Стратегии концентрированного роста. Стратегии интегрированного роста. Стратегии дифференцированного роста. Стратегии сокращения.
- 2.3 Определение стратегии фирмы. Уяснение текущей стратегии. Анализ портфеля бизнесов (продукции). Выбор стратегии фирмы. Оценка выбранной стратегии.

Тема 3. Выполнение и контроль стратегии

- 3.1 Задачи стадии выполнения стратегии. Функции высшего руководства. Стратегические изменения.
- 3.2 Организационная структура как объект стратегических изменений. Типы организационных структур. Факторы выбора организационной структуры. Особенности отдельных типов структур.
- 3.3 Стратегические изменения в организации. Сопротивление изменениям. Стили проведения изменений. Изменение организационной структуры. Формирование и мобилизация ресурсов.
- 3.4 Стратегический контроль. Требования к информации. Установление показателей. Система измерения и отслеживания параметров. Сравнение и оценка результата. Проведение корректировки.

Тема 4. Стратегия и техническая политика предприятия

- 4.1 Техническая политика предприятия и ее модернизационная и инновационная составляющие. Организационно-экономическое обоснование модернизационной политики предприятия. Организационно-экономическое обоснование инновационной политики предприятия.
- 4.2 Определение условий эффективного функционирования новых организационно-технических систем на промышленных предприятиях. Стратегический выбор направления развития предприятий.

Тема 5. Стратегический маркетинг

- 5.1 Маркетинг в стратегии фирмы. Роль маркетинга. Включение маркетинга в стратегическое управление. Стратегический маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
- 5.2 Функции и задачи стратегического маркетинга. «Выход» системы стратегического маркетинга. «Вход системы стратегического маркетинга. Обратная связь.
- 5.3 Конкурентные преимущества организации. Выбор стратегии фирмы, осуществляемой ее руководством. Конкурентные силы. Подход к анализу конкурента. Анализ будущих целей конкурента. Анализ возможностей конкурента. Составление профиля поведения конкурента. Позиции фирмы в конкурентной среде. Анализ портфеля продукции.

Тема 6. Ситуационный анализ

- 6.1 Основные принципы ситуационного анализа. Определение понятия СВОТ-анализ. Основные составляющие СВОТ-анализа. Методология СВОТ-анализа.
- 6.2 Составление матрицы возможностей.
- 6.3 Составление матрицы угроз.
- 6.4 Составление профиля среды.

Тема 7. Стратегия внешнеэкономической деятельности

- 7.1 Стратегия внешнеэкономической деятельности и ее основные составляющие. Определение понятия ВЭД. Основные направления ВЭД: экспорт, импорт, иностранные капиталовложения, собственные капиталовложения за рубежом, обеспечение экономической безопасности.
- 7.2 Этапы развития внешнеэкономической деятельности. Этап стабилизации внешнеэкономического комплекса и упорядочения экспорто-ориентированных производств организации. Этап оптимизации структуры внешнеэкономического комплекса. Этап унификации условий деятельности подразделений организации на внутреннем и внешнем рынках.

- 7.3 Направления развития внешнеэкономической деятельности организации. Определение профиля международной специализации. Определение перспективных направлений использования внешнеэкономического фактора для стабилизации, реконструкции и развития товарно-хозяйственного комплекса.
- 7.4 Формирование территориально-географических приоритетов внешнеэкономической деятельности организации. Определение приоритетов развития ВЭД организации. Определение возможных приоритетных направлений развития географической структуры ВЭД.
- 7.5 Совершенствование механизма управления внешнеэкономическим комплексом организации.

Тема 8. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности

- 8.1 Характерные особенности региональной экономики. Регион как хозяйственная система. Региональная экономика как мезоуровень.
- 8.2 Основные аспекты регионального управления. Три аспекта регионального управления: взаимоотношения региона и федерального центра; взаимоотношения региона и местного самоуправления (городов, районов и т.д.); обеспечение комплексности развития региона как единого хозяйственного механизма (собственно региональное управление).
- 8.4 Индикаторы региональных интересов. Цели и задачи регионального развития.

3. Список вопросов для проверки знаний

1. Понятие «стратегический менеджмент». Его значение и предпосылки применения.
2. Понятие и основные признаки, характеризующие стратегические решения. Подходы к их принятию.
3. Характеристика понятия «стратегия организации». Основные типы стратегий, применявшиеся в эволюции стратегического менеджмента.
4. Особенности и проблемы применения стратегического менеджмента как

управленческой концепции в современных российских условиях.
Сущность стратегического менеджмента, его функции.

5. Парадокс стратегического менеджмента и пути его разрешения
6. Основные элементы внутренней и внешней среды организации.
7. Объекты стратегического менеджмента и их взаимосвязь в цикле стратегического управления. Понятие стратегической бизнес-единицы и портфеля компании.
8. Концепция сегментации рынка применительно к стратегическому менеджменту
9. Отличия и взаимосвязь стратегического и оперативного управления.
10. Базовые принципы стратегического проектирования и управления.
11. Конкурентная позиция организации на рынке, его кратко- и долгосрочная составляющие. Оценка и способы повышения конкурентного преимущества организации.
12. Используемые предприятием виды стратегий в зависимости от его конкурентной позиции. Виолентные, пациентные, коммутантные и эксплерентные стратегии.
13. Основные принципы стратегического управления. Стратегический потенциал организации. Потенциальные возможности стратегического менеджмента.
14. Принципиальная модель цикла стратегического управления.
15. Характеристика основных этапов цикла стратегического менеджмента.
16. Стратегическое планирование: понятие, предмет, процесс, оценка качества.
17. Миссия организации. Выработка миссии.
18. Целеполагание. Построение дерева целей организации. Требования к целям.
19. Анализ качества целей. Выявление «стратегических разрывов».
20. Классификация стратегий.
21. Конкурентные стратегии компании и предпосылки их использования.

- Матрица конкуренции М. Портера.
22. Базисные (эталонные) стратегии развития бизнеса.
 23. Цепочка стоимости компании и система стоимости. Их использования в стратегическом планировании.
 24. Основные направления и инструменты анализа внешней среды организации.
 25. Анализ движущих сил конкуренции и ключевых факторов успеха в отрасли. Модель М. Портера
 26. Концепция жизненного цикла отрасли и жизненного цикла товара.
 27. Основные направления и инструменты анализа внутренней среды организации.
 28. Комплексный анализ. Методика SWOT-анализа.
 29. Корпоративные (портфельные) стратегии и их основные характеристики.
 30. Основные инструменты портфельного анализа деятельности компании.
 31. Корпоративно-портфельный анализ. Матрица БКГ.
 32. Понятие продуктово-маркетинговой стратегии. Основы управления товарным ассортиментом организации.
 33. Конкурентоспособность товара: сущность понятия и методика оценки.
 34. Особенности стратегического управления диверсифицированной организацией.
 35. Стратегии одиночного бизнеса и их основные характеристики.
 36. Функциональные стратегии и их основные характеристики.
 37. Основные виды наступательных и оборонительных стратегий.
 38. Стратегии организаций, занимающих различные отраслевые позиции.
 39. Особенности стратегического управления организацией, ведущей международную деятельность.
 40. Система рисков предприятия, оценка вероятности риска и основные приемы управления рисками.
 41. Финансовая оценка стратегических планов.
 42. Формирование и анализ стратегических альтернатив. Выбор стратегии.

43. Бизнес-план как форма представления разработанной стратегии. Структура и содержание бизнес-плана.
44. Инвестиционная стратегия организации. Инвестиционный меморандум.
45. Реализация стратегии: организация, этапы, задачи.
46. Взаимосвязь контуров стратегического и оперативного управления.
47. Формирование организационной структуры и системы управления, адекватных реализуемой стратегии.
48. Основные типы организационных структур и условия их применения.
49. Формирование организационной культуры и системы мотивации персонала, адекватных реализуемой стратегии.
50. Контроль выполнения стратегии; анализ результатов и внесение коррективов.
51. Управление стратегическими изменениями.
52. Сравнительная характеристика различных школ стратегического управления.
53. Использование принципов стратегического менеджмента в государственном управлении.
54. Особенности и проблемы стратегического менеджмента на российских предприятиях.

4. Шкала оценивания.

За каждое выполненное задание начисляются баллы. Баллы, полученные за выполненные задания, суммируются.

Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале. Минимальным положительным результатом является набор 50 баллов.