Приложение 1

**Вопросы к государственному экзамену по направлению подготовки**

**38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль) «Маркетинг»**

*Экономичсекая теория*

1. Теория потребительского выбора.
2. Производственная функция (или теория поведения производителя).
3. Издержки производства и экономическая прибыль.
4. Предложение в условиях совершенной конкуренции.
5. Определение цены и объема производства в условиях чистой монополии.
6. Ценовая дискриминация. Монопольная власть.
7. Рынок монополистической конкуренции.
8. Олигопольный рынок.
9. Фирмы на рынках производственных ресурсов.
10. Рынок труда в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
11. Рынок капитала и инвестиционные решения фирмы.
12. Рынки земли и невозобновляемых природных ресурсов.
13. Уровни хозяйства: микро-, мезо-, макроэкономика. Региональные экономические комплексы.
14. Воспроизводство национального продукта и его показатели.
15. Кругооборот доходов и ресурсов в национальной экономике. Национальное богатство.
16. Макроэкономическое равновесие в целом.
17. Воспроизводственное равновесие национальной экономики.
18. Экономический цикл: понятие, структура, виды, причины.
19. Макроэкономическое регулирование и стабилизационная политика.
20. Экономический рост и его факторы.

*Экономика предприятия*

1. Предприятие и предпринимательство в рыночной среде.
2. Основные средства предприятия.
3. Оборотные средства предприятия.
4. Издержки производства и себестоимость.
5. Эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

*Статистика (задачи)*

*Математика (задачи)*

*Деловое общение и деловые коммуникации*

1. Специфика делового общения: статусно-ролевые отношения, нормы, тематика деловых коммуникаций.

27.Ключевые жанры делового общения: представление, приветствие.

28. Служебный этикет: деловое общение руководителя и подчиненных.

29. Служебный этикет: деловое общение подчиненных с руководителем.

30. Деловой разговор по телефону.

*Менеджмент*

1. Теоретические основы менеджмента: объект и предмет менеджмента, научные школы
2. Функции менеджмента: целеполагание, планирование, контроль, координация и мотивация. Управленческий цикл.
3. Организационные структуры управления, их достоинства и недостатки.
4. Разработка управленческих решений. Процесс подготовки, принятия и реализации управленческих решений
5. Производственная система и типы производства.
6. Производственная структура и производственная мощность предприятия
7. Организация процесса обслуживания. Качество и культура обслуживания
8. Коммуникации в менеджменте. Процесс коммуникации, пути ее совершенствования.
9. Проектирование организационных, групповых и межличностных коммуникаций, в т.ч. межкультурных
10. Делегирование полномочий как основа внутреннего аутсорсинга и совершенствования системы управления организацией
11. Субъект управления: функции и качества менеджера. Содержание процессов самоорганизации и самообразования с позиций самоменеджмента
12. Контроль как функция менеджмента: сущность и этапы контроля; области контроля в менеджменте организации и виды контроля.

***Управление человеческими ресурсами***

1. Концепции управления деятельностью персонала в организации
2. Содержание деятельности по управлению человеческими ресурсами. Системообразующие и специальные функции управления человеческими ресурсами
3. Сущность и виды стратегий управления человеческими ресурсами
4. Взаимосвязь стратегии, модели и политики управления человеческими ресурсами
5. Организация труда. Требования по безопасности профессиональной деятельности

***Маркетинг***

1. Маркетинг: сущность, содержание, цели, основные принципы и функции маркетинга.
2. Маркетинговая среда и ее структура. Влияние маркетинговой среды на выбор маркетинговой стратегии и принятие управленческих решений.
3. Модель жизненного цикла товара. Анализ различных его составляющих (маркетинговая среда, стратегические цели компании и маркетинговые программы).
4. Концепция интегрированного маркетинга: понятие, процесс интеграции маркетинговой деятельности, понятие и методы межфункциональной координации.
5. Анализ поведения потребителей. Модели принятия решений потребителем.
6. Процесс принятия решений потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия решения о покупке (внешние и внутренние).
7. Комплекс маркетинга.
8. Процесс управления маркетингом. Инструменты стратегического управления маркетингом.
9. Теоретические основы формирования конкурентоспособности продукции и компании. Конкурентные стратегии и виды конкурентного преимущества.
10. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, понятие и этапы макро- и микросегментации, стратегии охвата базового рынка.

***Управление сбытом продукции***

1. Теоретические основы организации процесса продажи продукции (товаров, работ, услуг).
2. Управление товарной политикой: понятие товара, классификации товаров, управление товарными линиями.
3. Разработка нового товара. Концепция мультиатрибутивного товара: основные принципы, компенсаторные и некомпенсаторные модели.
4. Основы формирования ценовой политики организации.
5. Сбытовая политика фирмы: понятие, функции и уровни канала сбыта, организация канала сбыта, выбор стратегии распределения. Сбытовые системы.
6. Процесс организации канала сбыта, мотивирование участников в канале сбыта, управление конфликтами в канале сбыта.
7. Основы формирования сбытовой стратегии организации на различных этапах ЖЦТ и различных рынках.
8. Управление лояльностью потребителей: процесс, методы и программы формирования лояльности потребителей

***Маркетинговые исследования***

1. Информация в маркетинговой деятельности компании. Маркетинговая информационная система.
2. Понятие, виды и направления маркетинговых исследований.
3. Процедура проведения маркетингового исследования. Определение профиля и объема выборки.
4. Методы маркетинговых исследований и методы сбора данных в маркетинговых исследованиях.
5. Разработка форм для сбора данных.
6. Методы анализа информации, полученной в результате маркетинговых исследований.
7. Опрос как метод сбора данных маркетинговых иследований.
8. Наблюдение как метод сбора данных маркетинговых иследований.
9. Фокус-группа как метод сбора данных маркетинговых иследований.
10. Глубинное интервью как метод сбора данных маркетинговых иследований. Экспертные методы маркетинговых исследований.
11. Особенности маркетинговых исследований в интернет-среде. Формирование выборки и привлечение к исследованию респондентов интернет-среде. Организация сбора данных в интернет-среде.

***Управление маркетинговыми коммуникациями***

1. Система маркетинговых коммуникаций организации: прямой маркетинг, реклама, SMM-продвижение, связи с общественностью, брендинг, нейминг и др.
2. Разработка коммуникационной стратегии организации: цели, этапы, виды коммуникационных стратегий
3. Подходы к планированию бюджета коммуникаций.
4. Основы формирования маркетинговой политики и комплекса маркетинга.Принципы и методы оценки эффективности интегрированных коммуникаций.
5. Традиционные и современные механизмы маркетинговых коммуникаций.
6. Реклама как элемент комплекса интегрированных коммуникаций. Этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
7. Информационные технологии в рекламе. Виды рекламных технологий в Интернет-среде. PR и реклама в форматах Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0.
8. Прямые коммуникации как элемент комплекса интегрированных коммуникаций. Классификация личных продаж и основные схемы эффективного воздействия.
9. Выставки и ярмарки: классификация выставок. Стратегии участия компании в выставочном/ярмарочном мероприятии.
10. Стимулирование сбыта как элемент системы маркетинговых коммуникаций: нправления и методы, современные инструменты продвижения продукции.

*Бренд-менеджмент*

1. Основы управления брендом: понятие составляющих и характеристик бренда. Совокупность идентификаторов бренда.
2. Классификация моделей брендинга. Процессно-функциональная модель управления брендом.
3. Управление брендом: стадии и этапы управления брендом. Аудит бренда.

***Стратегический менеджмент и маркетинг***

1. Сущность и содержание стратегического менеджмента, его взаимосвязь со стратегическим маркетингом. Концепции стратегического менеджмента. Составляющие стратегического маркетинга.
2. Этапы стратегического менеджмента и виды стратегического управления.
3. Иерархия стратегий компании: виды стратегий и их взаимосвязь. Ключевые характеристики эффективной стратегии.
4. Формирование стратегических альтернатив и стратегический выбор.
5. Реализация стратегии, стратегический контроль и контроллинг с учетом социальной отвественности.
6. Управление стратегическими изменениями в компании.
7. Положения концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), правила деловой этики и стандарты корпоративной социальной ответственности.

***Бухгалтерский учет и экономический анализ***

1. Основные правила и формы ведения финансового учёта результатов деятельности организации.
2. Финансовый результат деятельности организации:понятие финансового результата и его виды.
3. Финансовая отчетность организации: виды отчетности, правила составления финансовой отчетности.
4. Теоретические основы экономического анализа: понятие и объекты экономического анализа деятельности организации.
5. Метод экономического анализа, его особенности: понятие, методики, взаимосвязь метода и методики в экономическом анализе.
6. Экономико-логические (традиционные) приемы экономического анализа.
7. Комплексная оценка хозяйственно-финансовой деятельности: понятие, методы оценки.

***Финансовый менеджмент***

1. Теоретические и концептуальные основы финансового менеджмента: понятие и содержание финансового менеджмента, его место в системе управления организацией.
2. Инструменты финансового менеджмента: методы планирования и бюджетирования.
3. Управление источниками финансирования: управление источниками финансирования оборотного и основного капитала; управление источниками долгосрочного финансирования; принятие решений о необходимости заимствования.
4. Цена и структура капитала. Рыночная стоимость компании,
5. Дивидендная политика предприятия: понятие дивиденда; дивидендная политика и цена акций предприятия.
6. Управление активами предприятия: сущность и классификация активов предприятия. Управление оборотными активами.
7. Основы управления инвестициями: экономическая сущность и классификация инвестиций; формы финансовых инвестиций и особенности управления ими; формирование портфеля финансовых инвестиций.
8. Основные понятия системы международных финансов. Принципы формирования и управления валютной политикой. Методы управления оборотным капиталом, в т.ч. с помощью операций на мировых рынках.

***Инновационный маркетинг менеджмент***

1. Основы инновационного менеджмента: содержание инновационного менеджмента, виды и цели инноваций. Классификация инноваций по сфере их применения.
2. Инновационная деятельность предприятия. Инновационный процесс, стратегия и политика предприятия. Программы инновационных изменений.
3. Процедуры и выбор инструментов внедрения технологических и/или продуктовых инноваций. Показатели, характеризующие инновационную деятельность предприятий.
4. Аудит в экономико-трудовой сфере (сравнительный анализ видов аудита человеческих ресурсов) как процедура выявления резервов развития организации
5. Подходы к проведению аудита человеческих ресурсов. Инструментарий проведения аудита и структура аудиторского заключения
6. Организационная (корпоративная) культура как объект управления.
7. Диагностика организационной культуры: цели и методы.

***Управление проектами***

119. Основы управления проектами: виды проектов, фазы жизненного цикла проекта, процессы управления проектами, методы и приемы управления временем проекта, стоимостью проекта и качеством.

120. Управление человеческими ресурсами проекта: методы и приемы управления командой проекта, принципы и правила делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

121. Управление коммуникациями проекта:

122. Управление рисками проекта:

123. Анализ безубыточности и доходности бизнес-проекта. Необходимость анализа безубыточности при оценке эффективности проекта. Аналитический и графический методы анализа безубыточности. Расчет уровня безубыточности.

124. Методы оценки эффективности бизнес-проекта: алгоритм обоснования эффективности проекта. Простые (учетные) и сложные (дисконтированные) методы обоснования эффективности проекта. Показатели эффективности бизнес-проекта.

***Физическая культура и спорт. Безопасность жизнедеятельности***

125. Здоровый образ жизни: понятие и способы поддержания.

126. Основы поддержания работоспособности.

127. Профилактика производственного травматизма и профессиональных заболеваний.

126. Действия менеджера в условиях возникновения чрезвычайных ситуаций