

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Забелин Алексей Григорьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 31.05.2019 г.

Уникальный программный ключ:

672b4df4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdcb652d927620ac07f8fdabb79

Аккредитованное образовательное частное
учреждение высшего образования

МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МФЮА

**Программа вступительного испытания
для поступающих по направлению подготовки высшего
образования – по программе магистратуры
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**



Аккредитованное образовательное частное
учреждение высшего образования

МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МФЮА

СОДЕРЖАНИЕ:

1. Структура вступительной экзаменационной работы.
2. Основные темы
3. Список вопросов для проверки знаний
4. Шкала оценивания
5. Приложение: Вступительные экзаменационные задания. Критерии оценки. Бланк сдачи вступительного испытания



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, формирующими 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 общезэкономические 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, осуществляемый 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 экспортно-ориентированных производств организаций. 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 организаций.

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, применяющиеся 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 позицию 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, патиентные, коммутантные и эксплерентные стратегии.
13. Основные принципы стратегического управления. Стратегический потенциал организаций. 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 компаний и предпосылки их использования. Матрица конкуренции М. Портера.



22. Базисные (эталонные) стратегии развития бизнеса.
23. Цепочка стоимости компаний 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 компаний.
31. Корпоративно-портфельный анализ. Матрица БКГ.
32. Понятие продуктово-маркетинговой стратегии. Основы управления товарным ассортиментом организаций.
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 корректировок.
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.