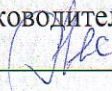


УВО «Университет управления «ТИСБИ»

Факультет управления


Кафедра Менеджмента

Руководитель программы


_____ Хамидуллин Ф.Ф.

«СОГЛАСОВАНО»
на заседании Совета
факультета управления
12 сентября 2019

Протокол № 2

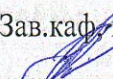
Декаан, к.э.н., доцент

_____ Э.А. Гатина

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании
кафедры менеджмента

Протокол № 2

«12» сентября 2019 г.

Зав.каф. к.э.н., доцент

_____ Ю.С. Валеева.

ПРОГРАММА

вступительного экзамена в магистратуру

по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент, профиль «Общий и стратегический менеджмент»

Казань

ПРОГРАММА
вступительных экзаменов в магистратуру
по направлению подготовки 38.04.02. «Менеджмент»,
профиль «Общий и стратегический менеджмент»

Дисциплины, включенные в Программу вступительных экзаменов:

- Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение);
- Маркетинг;
- Финансовый менеджмент;
- Управление человеческими ресурсами;
- Стратегический менеджмент;
- Бизнес – планирование.

Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение)

Природа управления людьми. Психологические, организационные, экономические, политические, религиозные источники власти. Этапы развития управленческой мысли.

Факторы возникновения функции управления в условиях первобытного общества. Исторические предпосылки возникновения современного менеджмента. Подходы к урегулированию производственных конфликтов, управление групповым поведением М.П. Фолетт. Организация как социальная система.

Американская модель управления: методы исследования операций, технология принятия рационального решения Г. Саймона. Системный подход к менеджменту. Ч. Бернارد и построение системы управления организацией. Концепция управления по целям П. Друкера, принципы и факторы ситуационного управления.

Бихевиористский подход к управлению производственным коллективом. Модели «Х», «У» Д. МакГрегора, модель «Z» У. Оучи и методы управления японским предприятием. Организация управления производством по методу «just – in – time». Система «канбан».

Развитие управленческой мысли с общецивилизационных позиций. Организационно – технический подход к управлению А.А. Богданова. Комплексный подход к управлению производством А.К. Гастева. Экономический подход к управлению П.М. Керженцева и Н.А. Витке. Управление производством и коммунистическая идеология. Советская экономическая реформа и система управления: положительные особенности и недостатки. Современный этап развития управления в России. Концепция менеджмента фирмы «БИК». Проблемы управления отечественными предприятиями.

Журнал «Fortuna» о требованиях к менеджменту XXI века. Сьюзен Доннел и причины неудачной карьеры менеджеров. Питерс Т. Уотерманн: принципы эффективного управления современными предприятиями. Глобализация системы управления, новые требования к персоналу предприятий. Теория управляемого хаоса, принципы построения обучающейся организации. Методы открытого менеджмента. Концепция «downsizing» и «delaying»: структурные изменения на предприятии.

Содержание и логика развития управления организацией. Организация управления. Структура подсистем и элементов системы управления и их взаимосвязь. Процесс организации: содержание, элементы, субъекты. Классификация процессов организации. Управленческая деятельность. Ресурсы управления.

Методы и принципы проектирования организованных систем. Метод организационного моделирования. Объекты моделирования: функции, структуры и процессы. Содержательная постановка и формализация управленческой задачи. Факторы влияния на проектирование организационной структуры. Элементы, методы и стадии проектирования организационной структуры. Основные процессы организационного проектирования.

Субъекты организационной деятельности. Понятие кризиса корпоративной культуры компании в процессах трансформационных изменений. Принципы соответствия организационной культуры выбранной стратегии. Понятие и виды самоорганизации в социальных системах. Этапы и условия протекания процессов самоорганизации. Типы обучающихся организаций.

Понятие организационного поведения. Предмет, подходы и задачи курса «организационное поведение». Связь курса с другими науками. Развитие теории и практики управления. Подходы с позиции бихевиоризма в анализе содержания организационного управления современными компаниями.

Сфера организационного поведения. Психологические и организационные факторы успешной работы в бизнесе. Задачи организационной работы по раскрытию и усилению кадрового потенциала организации.

Понятия и модели коммуникативного поведения. Системная модель коммуникации. Виды коммуникаций. Функции коммуникаций. Источники и направления коммуникаций. Коммуникативные барьеры.

Коммуникативная культура менеджера. Участники коммуникативного процесса фирменной организации. Коммуникативное поведение члена организации и пути его совершенствования.

Мотивация труда и организационное поведение. Теории мотивации. Факторы профессиональной мотивации, мотивация компетентности. Мотивы, потребности и стимулы. Принципы стимулирования труда.

Социально-психологические процессы в группе. Виды и особенности групп. Групповые нормы и ценности. Условия обучения и создания стабильных команд. Роль консультационной практики командообразования в организации.

Основные факторы эффективности команды. Модели развития и повышения организационной эффективности команды.

Подходы к исследованию организации. Формирование стратегии и целей организации. Формальные и неформальные организационные структуры компании. Влияние организационной структуры на результативность организации. Понятие организационной культуры. Основные признаки развитой корпоративной культуры.

Менеджмент и поведение организации. Методы управления поведением организации. Ситуационное управление и управление по целям.

Фазы жизненного цикла организации.

Понятия и типы лидерства. Теории лидерства. Психологические аспекты власти. Формы власти и влияния. Власть руководителя и власть подчиненных. Факторы, влияющие на стиль лидерства. Профессиональные и личностные качества менеджера в организации. Особенности характеристики в поведении успешных менеджеров в современной организации. Понятие со-лидерства в организационной фирменной практике.

Типы трудовых конфликтов. Анализ причин возникновения конфликтных ситуаций. Этапы развития конфликта. Управление трудовыми конфликтами.

Персональное развитие и участие в управлении. Навыки решения управленческих проблем и умение влиять на людей. Психологическая перестройка личности для работы в новых для себя условиях. Планирование карьеры и определение потенциала, значимых компетенций и мотиваторов развития.

Различие позиций людей в инновациях. Поведенческие факторы, влияющие на инновационную деятельность. Инновационный потенциал организации. Устранение психологических барьеров людей в инновации. Сопротивление инновациям и пути его преодоления. Управление нововведениями. Создание предпосылок для позитивного отношения к нововведениям.

Особенности поведенческого подхода к маркетингу. Сегментации рынка по поведенческому принципу. Методы изучения мотивов принятия решений покупателями. Характеристики потенциальных потребителей. Основные факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей. Определение потребностей, мотивов и поведения покупателей.

Имидж и корпоративная культура организации в сфере международного бизнеса. Уровни деловой культуры: национальный, региональный, глобальный.

Маркетинг

Содержание понятия «маркетинг». Основные принципы и цели маркетинга. Функциональные задачи маркетинга. Спрос и задачи маркетинга, соответствующие его состояниям. Рынок, как сфера обмена; классификация рынков. Особенности рынка «продавца» и рынка «покупателя». Виды маркетинга.

Цели предприятий, ориентированных на применение системы маркетинга. Стратегия маркетинга. Тактика маркетинга и ее основные задачи.

Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и концепция социально-этнического маркетинга.

Микросреда маркетинга: поставщики, фирма, конкуренты, маркетинговые посредники, клиенты, контактные аудитории.

Макросреда маркетинга: демографическая среда, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда, политическая среда, культурная среда.

Маркетинговые исследования как источник информации для принятия верного управленческого решения. Программа комплексного исследования: исследования рынков, товаров, потребителей, конкурентов, цен, систем сбыта, коммуникаций маркетинга, инфраструктуры рынка и внутренней среды предприятия.

Этапы маркетинговых исследований: выявление проблем и формулирование целей исследования; отбор источников информации, сбор информации; анализ собранной информации, представление полученных результатов.

Маркетинговая информационная система. Емкость рынка. Классификация потребителей.

Сегментирование рынка: понятие и цели. Критерии сегментирования рынков товаров потребительского и промышленного назначения.

Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг. Факторы, влияющие на выбор стратегии охвата рынка.

Позиционирование товара.

Понятие и сущность конкуренции. Виды конкуренции: функциональная, видовая и предметная. Методы конкуренции: ценовые, неценовые и незаконные.

Оценка стратегий конкурентов и ключевые факторы успеха.

Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Три уровня восприятия товара рынком: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением.

Концепция нового товара и требования, предъявляемые к новым товарам. Причины провала новых товаров. Этапы разработки нового товара.

Жизненный цикл товара на рынке: выведение, рост, зрелость, упадок.

Понятие сервиса товара. Требования, предъявляемые к сервису. Организация сервисного обслуживания. Виды сервиса: предпродажный и послепродажный (гарантийный и послегарантийный).

Основные цели ценообразования: обеспечение выживаемости, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по показателям доли рынка, завоевание лидерства по показателям качества товара.

Методы ценообразования: средние издержки плюс прибыль; на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли; исходя из ощущаемой

ценности товара; на основе уровня текущих цен; на основе закрытых торгов. Система скидок.

Виды цен на новые и уже имеющиеся товары.

Понятие сбыта и товародвижения. Каналы товародвижения (прямые и косвенные) и их функции. Стратегии товародвижения: экстенсивная, исключительная и выборочная.

Система товародвижения и ее элементы: обработка заказов, упаковка, складирование, поддержание товарно-материальных запасов, транспортировка.

Оптовая торговля и ее функции. Организация оптовой деятельности: оптовая деятельность производителей, коммерческая оптовая деятельность (дистрибьюторы), агенты и их функции. Общее понятие о розничной торговле. Посредники в розничной торговле - дилеры. Сущность франчайзинга.

Сущность комплекса продвижения товара. Элементы комплекса продвижения товара: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личная продажа и их характерные черты.

Методы расчета бюджета продвижения.

Сущность планирования маркетинга. Составляющие плана маркетинга: сводка контрольных показателей; изложение текущей маркетинговой ситуации; перечень опасностей и возможностей (SWOT-анализ); перечень задач и проблем; стратегии маркетинга; программы действий; бюджеты; порядок контроля.

Понятие «контроль за маркетинговыми мероприятиями» и его цель. Типы маркетингового контроля: контроль за выполнением годовых планов, контроль прибыльности, стратегический контроль. Ревизия маркетинга.

Понятие «служба маркетинга», ее цели, задачи и функции. Факторы, влияющие на структуру службы маркетинга.

Формы организационных структур служб маркетинга: функциональная; продуктовая; по клиентам или рынкам; по географическому принципу; действующих на международных рынках; управление по проекту; матричная; смешанные (функционально-продуктовая, функционально-рыночная, продуктово-рыночная и функционально-продуктово-рыночная).

Организация маркетинговой деятельности на различных предприятиях производящих товары широкого потребления и оказывающих услуги. Комплексное применение маркетинговых исследований, планирования маркетинговой деятельности, сегментирования рынка и позиционирования, разработки комплекса маркетинга (товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик) и контроля за маркетинговыми мероприятиями.

Финансовый менеджмент

Содержание финансового менеджмента и его место в системе управления организацией. Цель и задачи финансового менеджмента. Базовые концепции финансового менеджмента. Финансовые инструменты. Взаимодействие фирмы и финансовых рынков. Внешняя – правовая и налоговая – среды. Информационное обеспечение финансового менеджмента. Методологические основы принятия финансовых решений.

Операции наращивания и дисконтирования. Процентные ставки и методы их начисления. Особенности различных схем начисления процентов. Денежные потоки: виды, оценка. Понятие срочного и бессрочного аннуитетов. Прямая и обратная задачи оценки аннуитетов. Обзор финансовых таблиц. Анализ доступности ресурсов к потреблению.

Базовая модель оценки финансовых активов. Понятие о техническом и фундаментальном анализе. Оценка долговых ценных бумаг. Оценка долевых ценных бумаг. Доходность финансового актива: виды и оценка.

Концепция риска, дохода и доходности. Понятие инвестиционного портфеля. Риск и доходность портфельных инвестиций. Принципы формирования портфеля инвестиций. Модель ценообразования финансовых активов. Индикаторы на рынке ценных бумаг.

Разработка вариантов инвестиционных проектов. Методы оценки инвестиционных проектов. Противоречивость критериев оценки. Сравнительная характеристика критериев. Оценка инвестиционных проектов с неординарными денежными потоками. Сравнительный анализ проектов различной продолжительности. Анализ инвестиционных проектов в условиях риска и инфляции. Формирование бюджета капиталовложений. Оптимизация бюджета капиталовложений. Управление инвестициями. Инвестиционная политика.

Финансирование деятельности компании: основные понятия и категории. Управление источниками долгосрочного финансирования. Традиционные методы средне- и краткосрочного финансирования. Новые инструменты финансирования. Балансовые модели управления источниками финансирования.

Цена и структура капитала. Средневзвешенная и предельная цена капитала. Теории структуры капитала. Управление собственным капиталом. Темп устойчивости роста.

Лeverидж и его роль в финансовом менеджменте. Метод расчета критического объема продаж. Оценка производственного лeverиджа. Оценка финансового лeverиджа.

Стоимость бизнеса. Управление оборотным капиталом. Политика в области оборотного капитала. Управление запасами. Управление дебиторской задолженностью. Управление денежными средствами и их эквивалентами. Традиционные и новые методы краткосрочного финансирования. Управление источниками финансирования оборотного капитала.

Виды планов, содержание и последовательность их разработки. Стратегическое, долгосрочное и краткосрочное финансовое планирование. Финансовая стратегия. Методы прогнозирования основных финансовых показателей.

Особенности управления финансами компании в случае изменения ее сравнительно-правовой формы. Финансовый менеджмент в условиях инфляции. Банкротство и финансовая реструктуризация. Антикризисное управление. Международные аспекты финансового менеджмента.

Управление человеческими ресурсами

Содержание понятия управление персоналом и его роль в условиях рыночных отношений. Персонал предприятия как объект управления его место и роль в системе управления персоналом. Профессионально-квалификационная структура персонала. Концептуальные подходы к управлению персоналом. Роль государственной системы в управлении персоналом.

Методологические подходы к управлению персоналом (экономический (механистический), органический, культурологический подходы). Основные периоды развития системы управления персоналом. Управление персоналом в японской модели менеджмента.

Специфика организации работы по управлению персоналом в европейских странах. Современные тенденции управления персоналом. Стратегии развития организации. Определение стратегии управления персоналом. Кадровая политика организации.

Типы организационных структур. Механистическая и адаптивная модели построения организации. Цели, функции и этапы проектирования организации. Обоснование необходимости кадрового планирования. Оперативное планирование работы с персоналом. Планирование потребности в персонале. Планирование производительности труда и показателей по труду.

Подбор кадров. Определение источников набора. Отбор персонала. Понятие адаптация персонала. Этапы адаптации. Программа ориентации в организации. Адаптация и обучение. Примерный перечень задач по адаптации сотрудников.

Цели обучения. Оценка эффективности обучения. Формы и методы обучения. Самообразование.

Понятие и этапы карьеры. Этапы карьеры. Виды карьеры. Моделирование карьеры.

Современные теории мотивации. Стимулирование труда.

Обоснование необходимости проведения оценки эффективности управления персоналом. Методы оценки эффективности управления персоналом. Организационно-кадровый аудит как метод оценки.

Понятие и классификация коммуникаций. Элементы и этапы коммуникаций. Ведение переговоров.

Организационная культура предприятия. Типы организационных культур. **Нормы организационной культуры.** Организационное поведение персонала.

Стратегический менеджмент

Внешняя среда и модели стратегического поведения экономических организаций. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Виды стратегического управления: управление по слабым сигналам, управление в условиях стратегических неожиданностей, управление на основе стратегического маркетинга и др. Шкала И. Ансоффа для оценки

нестабильности внешней среды и выбора вида управления. Цели и задачи стратегического менеджмента, его роль в подготовке управленческих кадров. Ключевые гипотезы стратегического менеджмента.

Основы экономической стратегии фирмы. Фирма как производственная система. Стратегия и техническая политика фирмы. Ресурсная концепция фирмы. Матрица стратегических ресурсов и стратегический потенциал фирмы. Понятие стратегической информации. Теория конкурентного преимущества как основа формирования стратегических целей фирмы. Жизненный цикл конкурентного преимущества фирмы. Показатель конкурентного статуса фирмы. Теория трансакционных издержек в формировании стратегии фирмы.

Стратегическое планирование как составная часть формирования стратегии фирмы. Система и структура стратегического планирования. Методологические основы стратегического планирования. Виды стратегических планов. Прогнозы в стратегическом планировании. Линейная модель стратегического планирования. Анализ среды и формирование проблемного поля как отправная точка стратегического планирования. Техника формирования базы данных в организационной среде. Основные типы стратегической информации и способы его получения. Методы оценки стратегической информации: метод <5x5>, метод четырех вопросов, метод определения профиля среды, ситуационный анализ их особенности и условия применения.

Прогнозирование возможной рентабельности и нормы возврата инвестиций как основа практической системы целей. Миссия экономической организации и факторы, влияющие на ее выбор. Связь миссии с производственным профилем фирмы. Пространство определения целей, требования к целям. Виды целей: краткосрочные и долгосрочные, экономические и неэкономические, структура и иерархия целей. Гибкость как стратегическая цель и аспект неполноты информации. Процесс формирования целей. Методы и критерии выбора целей.

Принципы формирования стратегии. Портфельная и конкурентная стратегии фирмы. Схема принятия решений и основные требования к выбору стратегий. Методы формирования стратегического портфеля (пороговых и значений, вероятного выбора, комбинированный). Управление стратегическим набором. Методы анализа стратегических альтернатив и финансовой оценки стратегий. Эталонные конкурентные стратегии. Функциональные стратегии фирмы: товарная стратегия, стратегия ценообразования, стратегия внешнеэкономической деятельности; стратегия инвестиционной деятельности, стратегия взаимодействия с рынком производственных ресурсов, стратегия поведения фирмы на рынках денег и ценных бумаг, стратегия предотвращения банкротства фирмы, стратегия управления кадровыми ресурсами и др.

Основные задачи реализации стратегии. Проектирование и внедрение системы стратегического управления. Агрессивность поведения и управленческие способности фирмы. Понятие стратегических изменений и управление ими. Область проведения стратегических изменений. Влияние структуры и организационной культуры фирмы на эффективность системы стратегического управления. Личностное и системное сопротивление

изменениям. Модели управления сопротивлением. Мобилизация организационного потенциала для реализации стратегии.

Стратегические, тактические и оперативные решения. Реактивное, активное и превентивное управление. Реальные и потенциальные проблемы, особенности их решения. Варианты реагирования на потенциальную проблему. Концепция Кейнера – Триго, управление по слабым сигналам и теория превентивного управления. Оценка степени влияния потенциальной проблемы. Уровень информированности и опережающее управление.

Цели и задачи бизнес – планирования. Организация работы по формированию бизнес – плана. Структура бизнес – плана. Содержание основных разделов бизнес – плана. Презентация, продвижение и реализация бизнес – плана. Обзор типичных ошибок при осуществлении бизнес – планирования.

Бизнес – планирование

Понятие и сущность бизнес-плана. Цели бизнес-плана.

Классификация бизнес-плана по бизнес-линиям и по предприятию (новому или действующему).

Функции бизнес-плана: внутренние и внешние.

Принципы бизнес-планирования: гибкость, непрерывность, коммуникативность, интерактивность, многовариантность, участие, адекватность.

Требования к подготовке бизнес-плана.

Основные аспекты бизнес-планирования за рубежом: предпринимательская деятельность, наличные средства, отдача от капитала

Особенности бизнес-планирования в России.

Разделы бизнес-плана: титульный лист, меморандум о конфиденциальности, резюме, описание предприятия и отрасли, характеристика продукции и услуг, исследование и анализ рынка сбыта, конкуренция и конкурентные преимущества, план маркетинга, план производства, организационный план, финансовый план, финансовая стратегия, потенциальные риски.

План маркетинга: стратегии маркетинга, товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика, бюджет маркетинга.

Организационный план: организационная структура, ключевой управленческий персонал, профессиональные советники и услуги, кадровая политика фирмы, деловое расписание.

Финансовый план: финансово-экономические результаты деятельности предприятия, планирование основных финансовых показателей.

Финансовая стратегия: потребность в инвестициях и источники финансирования проекта, оценка эффективности проекта в целом, оценка эффективности участия в проект, анализ чувствительности проекта.

Основные программные средства для разработки бизнес-плана: COMFAR, PROSPIN, Business Plan PL, Project Expert, Project Risk, Альт-Инвест.

Функциональные возможности Project Expert – Business plan guide и Project Expert – Bus planner.

Сущность бизнес-планирования. Стадии бизнес-планирования: подготовительная стадия, стадия разработки бизнес-плана, стадия продвижения бизнес-плана, стадия реализации бизнес-плана.

Распределение по времени стадий бизнес-планирования.

Структуры, разрабатывающие бизнес-планы: специальные фирмы, авторские коллективы, отдельные авторы.

Последовательность выполнения работ при разработке бизнес-плана.

Разработка бизнес-планов по созданию новых фирм или на действующих предприятиях, производящих товары широкого потребления или оказывающих услуги в соответствии с предложенной структурой бизнес-плана.

**Вопросы к вступительному экзамену
по направлению 38.04.02 «Менеджмент»**

1. Основные этапы эволюции управленческой мысли.
2. Менеджмент как наука и профессия: концепция российского менеджмента.
3. Принципы развития и закономерности функционирования организации.
4. Роли, функции и задачи менеджера в современной организации.
5. Проектирование организационной структуры: типы и основные параметры.
6. Распределение полномочий в организации и ответственности на основе их делегирования.
7. Типы организационной культуры и методы ее формирования.
8. Оценка положения организации на рынке труда, система мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя.
9. Разработка процедур и методов контроля.
10. Основные теории мотивации, лидерства и власти и их использование для решения управленческих задач.
11. Процессы групповой динамики и принципы формирования команды с целью повышения эффективности деятельности организации.
12. Способы разрешения конфликтных ситуаций.
13. Анализ и проектирование межличностных, групповых и организационных коммуникаций.
14. Оценка условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений.
15. Взаимосвязь функциональных стратегий компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.
16. Содержание маркетинговой концепции управления.
17. Разработка маркетинговой стратегии организаций, планирование и реализация мероприятий, направленных на ее реализацию.
18. Применение методов финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала.
19. Оценка влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании.
20. Разработка стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планирование и реализация мероприятий, направленных на ее реализацию.
21. Применение современных технологий управления персоналом.
22. Разработка мероприятий по привлечению, отбору, адаптации и обучению персонала в современных условиях.
23. Инструментарий стратегического менеджмента: разработка стратегии организации.
24. Корпоративная социальная ответственность и учет ее аспектов в разработке и реализации стратегии организации.

25. Основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений.
26. Реализация программы организационных изменений, способы преодоления локальных сопротивлений изменениям.
27. Применение методов принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.
28. Планирование операционной (производственной) деятельности организаций.
29. Применение методов управления проектами и их реализация с использованием современного программного обеспечения.
30. Процесс внедрения технологических и продуктовых инноваций.
31. Применение современных концепции организации операционной деятельности.
32. Современная система управления качеством и обеспечения конкурентоспособности.
33. Методы решения управленческих задач, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.
34. Основы кросскультурных отношений в менеджменте, способность современного менеджера эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде.
35. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.
36. Основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования.
37. Методика анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса.
38. Экономические основы поведения организаций, структуры рынков и анализ конкурентной среды отрасли.
39. Применение количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений: построение и использование экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей.
40. Анализ адекватности и адаптация математических моделей организационных систем к конкретным задачам управления.
41. Применение средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления.
42. Применение методов и программных средств обработки деловой информации, взаимодействие со службами информационных технологий и эффективное использование корпоративных информационных систем.
43. Основные бизнес-процессы в организации.
44. Применение моделирования бизнес-процессов и методов их реинжиниринга.
45. Применение в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга.

46. Проведение аудита человеческих ресурсов и диагностики организационной культуры.
47. Применение основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации.
48. Применение фундаментальных концепций финансового менеджмента.
49. Влияние различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации.
50. Анализ финансовой отчетности: разработка и реализация обоснованных инвестиционных, кредитных и финансовых решений.
51. Анализ рыночных и специфических рисков, использование его результатов для принятия управленческих решений.
52. Оценка инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования.
53. Методы обоснования решений в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования.
54. Техники финансового планирования и прогнозирования.
55. Роль финансовых рынков, институтов, инструментов: методы анализа.
56. Анализ операционной деятельности организации и использование его результатов для подготовки управленческих решений.
57. Оценка рыночных возможностей и формулирование бизнес-идеи.
58. Разработка бизнес-планов создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.).
59. Оценка экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.
60. Методика исследования профессиональной области и использование их результатов в контексте целей и задач своей организации.
61. Принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования.
62. Реализация подходов развития индивидуальных и коллективных профессиональных знаний и компетенций в организации.
63. Оценка проектов при организации и проведении мероприятий в проектной деятельности.
64. Структура организации с учетом отраслевой, организационной специфики и условий изменений.
65. Методика анализа и диагностики тенденций развития субъектов мирового и российского рынка.
66. Методы управления ресурсами, прогнозирования и планирования работы предприятий и организаций в целях повышения эффективности управления.
67. Применение современных информационных технологий, средств коммуникации и связи в управлении организацией.
68. Концепция маркетинга: теории потребительского поведения, маркетинговых коммуникаций, маркетинговых компетенций, управления, стратегического маркетинга.

69. Методология маркетинговых исследований и их применение в современных организациях.
70. Оценка проблем развития компании в маркетинговой среде и определения эффективных вариантов их разрешения.

**Примерная тематика рефератов
по направлению подготовки «Менеджмент»,
магистерской программы «Общий и стратегический менеджмент»**

1. Совершенствование организационной структуры предприятия.
2. Реинжиниринг деятельности предприятия.
3. Реинжиниринг бизнес-процессов предприятия.
4. Совершенствование системы управления предприятием.
5. Управление бизнес-процессами в организации.
6. Повышение эффективности деятельности предприятия (организации, банка).
7. Управление информационными ресурсами предприятия.
8. Рационализация системы управления предприятием.
9. Организация информационного обеспечения управления предприятием.
10. Внутрифирменное планирование в организации (предприятия)
11. Контроллинг как инструмент управления предприятием.
12. Управление проектной деятельностью организации.
13. Организация системы контроля на предприятии (в организации, банке).
14. Формирование имиджа предприятия (организации, банка).
15. Управление предпринимательской деятельностью предприятия (фирмы, организации).
16. Формирование корпоративного духа и организационной культуры фирмы.
17. Организация текущего планирования в организации.
18. Формирование современной системы управления на предприятии.
19. Организация и проведение маркетинговых исследований на предприятии.
20. Разработка товарной стратегии предприятия.
21. Разработка ценовой политики предприятия.
22. Разработка комплекса мероприятий по продвижению товара на предприятии.
23. Организация рекламной деятельности на предприятии.
24. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта в организации.
25. Разработка мероприятий по связям с общественностью в организации
26. Разработка бизнес-плана нового вида деятельности.
27. Разработка плана маркетинга на предприятии.
28. Совершенствование системы качества обслуживания потребителей.
29. Разработка финансовой политики предприятия.
30. Управление финансовой деятельностью предприятия в современных условиях.
31. Управление материально–техническим обеспечением фирмы (предприятия).

32. Управление материальными запасами фирмы (предприятия) и их оптимизация.
33. Управление финансовыми ресурсами предприятия.
34. Внедрение управленческого учета на предприятии.
35. Управление инвестиционной деятельностью предприятия.
36. Управление лизинговыми операциями на предприятии.
37. Использование механизма лизинга в процессе коммерческой деятельности.
38. Антикризисное управление предприятием в современных условиях.
39. Формирование системы стимулирования персонала на предприятии.
40. Оценка мотивации персонала предприятия.
41. Управление мотивацией персонала на предприятии.
42. Персонал-технологии в организации.
43. Кадровый аудит в организациях (на предприятиях, в банке).
44. Управление человеческими ресурсами организации.
45. Управление оплатой труда на предприятии.
46. Разработка конкурентных стратегий на предприятии.
47. Управление конкурентоспособностью предприятия.
48. Применение стратегического планирования на предприятии (в организациях).
49. Формирование стратегии и тактики деятельности предприятия.
50. Управление конкурентоспособностью продукции на предприятии.
51. Разработка стратегического плана предприятия
52. Управление логистической деятельностью на предприятии.
53. Организация службы логистики на предприятии.
54. Управление качеством продукции на предприятии.
55. Управление производственной деятельностью предприятия.
56. Планирование производственной деятельности предприятия.
57. Управление инновационной деятельностью предприятия.
58. Разработка инновационного плана предприятия.