|  |
| --- |
| МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ федеральное государственное АВТОНОМНОЕ образовательное учреждение ВЫСШЕГО образования«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» |
| **Обнинский институт атомной энергетики –** филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»**(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)** |

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДАЮПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРИЕМНОЙ КОМИССИИПроректор НИЯУ МИФИ – И.о. директора ИАТЭ НИЯУ МИФИ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Леонова |
|  |

**Программа**

**вступительного испытания – собеседования**

**для магистерской программы**

направление подготовки

**38.04.02 Менеджмент**

|  |
| --- |
| СОГЛАСОВАНОПредседатель аттестационной комиссииРуководитель образовательной программы «Менеджмент», к.э.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Кузнецова А.А.Члены аттестационной комиссии:доцент отделения социально-экономических наук, к.э.н.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Найденкова К.В.доцент отделения социально-экономических наук, к.э.н., доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Новосадов С.А. |

Обнинск 2017

**1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Цель экзамена – отобрать наиболее подготовленных абитуриентов для обучения в магистратуре, выяснить мотивы продолжения обучения по выбранной программе.

Продолжительность экзамена – 90 минут.

Результаты экзамена оцениваются по 100-балльной шкале.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными телефонами и любыми другими электронными средствами.

Вступительное испытание в магистратуру проводится в форме собеседования с обязательным оформлением ответов на вопросы билета в письменном виде.

**2. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ**

***Перечень общих вопросов***

**Тема 1. Управленческие решения**

Процесс принятия решения. Цикл управления. Классификация управленческих решений. Построение дерева целей организации, подразделения организации. Методы конкурентной борьбы. Контроль реализации управленческого решения. Матрица распределения ответственности. Типы ответственности. Оценка эффективности управленческих решений. Роль руководителя в принятии решения. Сравнительная характеристика стилей управления. Сферы управленческой деятельности на предприятии.

**Тема 2. Стратегический менеджмент**

Сущность, значение и особенности формулировки миссии компании. Целеполагание. Цели фирмы. Конкурентные преимущества: сущность и взаимосвязь с конкурентоспособностью фирмы. Стратегический потенциал компании: сущность и процесс формирования. Стратегические зоны хозяйствования. Анализ окружающей среды предприятия. Матрица портфельного анализа Мак-Кинзи. Иерархическая структура стратегий. Стратегии роста, ухода и поддержания развития фирмы. Стратегия синергизма. Виды стратегий роста компании. Стратегии вертикальной интеграции. Стратегии диверсификации. Поведенческие стратегии фирмы. Анализ ситуации в отрасли. Основные принципы стратегических изменений в организации. Конкурентные стратегии М. Портера: лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование (специализация). Основные принципы концепции Всеобщего управления качеством и их использование в современной практике управления. Стратегическое управление человеческими ресурсами. Управление знаниями и обучающаяся организация.

**Тема 3. Организационное поведение**

Роль человека и человеческих ресурсов общества в экономических преобразованиях и социальных изменениях. Определение и функции поведения. Многообразие и конфликт социальных ролей и ролевых ожиданий. Типология девиантного поведения (Р. Мертон). Типология контрпродуктивного поведения (С. Робинсон, С. Беннет). Надролевое (экстра-ролевое) поведение. Понятие «поведение гражданина организации». Классификация его видов по Д. Органу (Д. Орган). Понятие психических состояний и их связь с поведением человека в организации. Самоэффективность (А. Бандура). Психологическое благополучие, его составляющие. «Выгорание». Понятие стресса. «Негативные» и «позитивные» стрессы. Организационные, групповые, индивидуальные причины стресса. Стрессоры: «вызовы» и «препятствия». Последствия высокого уровня стресса для организации и работников. Воспринимаемая организационная поддержка. Доверие в организации. Идентификация с организацией. Коммуникации в организации. Основные элементы коммуникационного процесса. Формальные и неформальные, горизонтальные и вертикальные, вербальные и невербальные коммуникации. Принципы эффективных коммуникаций. Коммуникационные барьеры. Национальная экономическая культура и типологии ценностных ориентаций: Т.Парсонс, Г.Хофштед, Р.Инглхарт. Кросс-культурные исследования организационного поведения. Ключевые характеристики российской институциональной среды. Специфика российской модели рынка труда. Менеджер и лидер.

***Перечень вопросов профиля «Логистический менеджмент»***

**Тема 4. Современные логистические концепции**

Экономическая сущность и элементы логистического цикла. Принципы управления логистическим циклом. Анализ эффективности использования складов. Пути повышения уровня логистического сервиса. Оценка деятельности логистического отдела. Логистические концепции. Логистический менеджмент. Логистическая миссия. Логистические информационные системы.

**Тема 5. Транспортная логистика**

Экономическая сущность и принципы транспортной логистики. Материальные потоки как основная характеристика транспортной логистики. Сравнительная характеристика видов транспорта. Перспективы развития транспортных средств. Выбор перевозчика. Модель перевозок «от двери до двери». Выбор оптимального маршрута перевозки грузов. Организация транспортного хозяйства предприятия. Модели и эффективность логистического и транспортного аутсорсинга. Управление транспортными затратами. Формирование транспортного тарифа. Тарифное ценообразование. Тенденции развития систем по автоматизации перевозок.

**Тема 6. Закупочная логистика**

Закупочная логистика в логистической системе предприятия. Критерии рациональной организации закупок. Современные проблемы сферы снабжения в России. Факторы, влияющие на уровень снабженческих запасов. Отдел закупок в системе управления предприятием. Методы управления снабженческими запасами. Бюджет закупок: структура, проблемы формирования, оценка. Методы управления дефицитом / переизбытком материальных ресурсов. Критерии выбора поставщиков. Формула Уилсона в системе управления запасами.

***Перечень вопросов профиля «Маркетинг высокотехнологичной продукции»***

**Тема 7. Современные концепции маркетинга**

Развитие маркетинга в России: от поддержки продаж к философии бизнеса. Позиционирование товара (фирмы) на рынке. Стратегии позиционирования. Разработка комплекса маркетинга для целевого сегмента рынка: переход от концепции 4Р к концепции 7Р. Задачи и организация маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований (поисковые, описательные, причинные). Характеристика первичной и вторичной маркетинговой информации. Источники вторичной маркетинговой информации. Содержание программы сбора первичной маркетинговой информации. Характеристика методов сбора первичной маркетинговой информации. Использование интернета и новых медиа как каналов маркетинговых коммуникаций. Виды продвижения брендов в Интернете и новых медиа, критерии оценки эффективности.

**Тема 8. Маркетинговые коммуникации**

Понятие маркетинговых коммуникаций. Мировой и российский рынок маркетинговых коммуникаций, современные тенденции его развития. Субъекты российского рынка маркетинговых коммуникаций, их характеристика. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций: теоретические основания, эволюция подходов, практика применения на различных рынках. Этапы планирования кампании маркетинговых коммуникаций. Коммуникационные эффекты. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Модели воздействия рекламы на потребителя. Основные этапы рекламной кампании. Целевая аудитория рекламной кампании и принципы ее определения. Понятие PR (связей с общественностью). Цели мероприятий по связям с общественностью. Основные методы работы по связям с общественностью.

**Тема 9. Управление продажами**

Товарная политика фирмы. Классификация новизны товара. Технология создания нового товара. Управление товарным ассортиментом. Стратегии формирования товарного ассортимента. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов ЖЦТ. Матрица Бостонской консультационной группы. Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд», «брендинг». Функции брендов в современной экономике. Процесс создания бренда. Частные торговые марки. Понятие стимулирования сбыта. Методы стимулирования сбыта, их классификация. Прямой маркетинг и его применение в кампаниях по продвижению товаров / услуг на рынок. Основные методы прямого маркетинга. Личные продажи.

**3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Аникин, Б.А., Тяпухин, А.П. Коммерческая логистика: учебник – М.: Проспект, 2016. – 428 с.
2. Аронов А.М., Петров А.Н. Современные проблемы стратегического менеджмента. Учебное пособие. - СПб.: СПбГЭУ, 2014.
3. Афанасенко, И.Д., Борисова, В.В. Экономическая логистика: учебник – СПб.: Питер, 2013. – 432 с.
4. Балашов А.П. Теория организации и организационное поведение. – М.: Инфра-М, 2015. – 304 с.
5. Григорьев, М.Н., Долгов, А.П., Уваров, С.А. Логистика. Продвинутый курс: Учебник – М.: Юрайт, 2014. – 639 с.
6. Интернет-маркетинг и продажи: как заставить сайт продавать / Веселов А., Горбачев М., Пискунова Н. – РнД.: Феникс, 2014. – 222 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. – М.: Издательство «Вильямс», 2013.
8. Лифшиц А.С. Управленческие решения. Учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2017. – 248 с.
9. Лапыгин Ю.Н., Лапыгин Д.Ю., Лачинина Т.А. Стратегическое развитие организации. Учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2017. – 288 с.
10. Маликов О.Б. Складская и транспортная логистика в цепях поставок: учеб. пособие – СПб.: Питер, 2015.
11. Маркетинг: Учеб. пособие / Под ред. проф. Синяевой И.М. – М.: ИНФРА-М. 2013. – 384 с.
12. Менеджмент / Под ред. Н.И. Астаховой, Г.И. Москвитина – М.: Юрайт, 2016. – 422 с.
13. Неруш, Ю.М., Панов, С.А., Неруш, А.Ю. Проектирование логистических систем. Учебник. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.
14. Николайчук, В.Е. Логистический менеджмент: Учебник – 2-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 979 с.
15. Организационное поведение. Учебник и практикум / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. – М.: Юрайт, 2017.
16. Рубчинский А.А. Методы и модели принятия управленческих решений. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 526 с.
17. Сокращение затрат / Эндрю Уайлман; Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 198 с.
18. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы / Ф. Котлер, Р. Бергер, Н. Бикхофф. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 144 с.
19. Строева, Е.В., Лаврова, Е.В. Разработка управленческих решений: учебник – М.: Инфра-М, 2013. – 128 с.
20. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов. – М.: Инфра-М, 2017. – 272 с.