

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ по дисциплине «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

Структура вступительного испытания

1. Цель и задачи вступительного испытания

– оценить уровень знаний абитуриента и определить его способность освоить выбранную магистерскую программу.

2. Основные требования к уровню подготовки абитуриента

определены требованиями государственного стандарта к выпускнику бакалавра или специалиста.

3. Форма вступительного испытания и его процедура

Вступительное испытание проводится в письменной форме:

Экзаменационный билет включает тестовый блок и темы эссе (для выбора одной из четырех), соответствующих содержанию программы вступительного испытания.

Время на подготовку письменного ответа на вопросы – 90 минут.

Цель теста – выявить уровень теоретических знаний абитуриента в области экономики и управления. Цель эссе – выявить готовность абитуриента анализировать и обобщать информацию, логично и грамотно аргументировать свою позицию.

Объявление итогов экзаменов происходит в соответствии с графиком оглашения результатов вступительных испытаний в магистратуру университета.

4. Содержание программы

Экономические системы. Субъекты рыночной экономики и их взаимодействие. Спрос. Предложение. Эластичность спроса и предложения. Издержки производства и прибыль. Конкуренция. Типы рыночных структур. Антимонопольная политика государства. «Провалы» рынка. Общественные блага. Дифференциация доходов населения.

Роль денег в рыночной экономике. Коммерческие банки и Центральный банк. Валовой внутренний продукт. Экономический рост. Занятость и безработица. Инфляция. Кредитно-денежная политика. Государственный бюджет. Бюджетная политика. Налоги и налогообложение.

Международная торговля. Внешнеторговая политика. Валютный рынок. Регулирование валютного рынка.

Образование как общественное благо. Человеческий капитал. Источники финансирования образования. Проблема доступности образования.

Предпринимательство. Организационно-правовые формы предпринимательства. Крупный и малый бизнес. Инвестиции и инвестиционный климат.

Менеджмент и его функции. Виды и методы организационного планирования. Типы организационных структур.

Мотивация персонала. Лидерство и групповая динамика. Принципы и методы организации деловых коммуникаций.

Маркетинг. Комплекс маркетинга. Сегментация рынка. Маркетинговые исследования. Методы продвижения товара.

5. Критерии оценки.

Максимальное количество баллов за вступительное испытание – 100, из них не более 75- за тестовый блок и не более 25 – за эссе.

Тестовый блок состоит из 25 тестовых заданий закрытого типа с выбором из четырех вариантов ответов. За каждое верно выполненное тестовое задание абитуриенту начисляется количество баллов, определяемое по формуле: $75 / \text{общее количество тестовых заданий в блоке}$. Неполный балл не предусмотрен.

Для оценки эссе используются следующие критерии:

- полнота раскрытия содержания вопроса – до 7 баллов,
- степень владения теоретическим материалом – до 6 баллов,
- умение подтвердить практическими примерами изложение теоретического материала – до 6 баллов
- логика и стиль изложения – 6 баллов.

Неполный балл не предусмотрен.

6. Примеры экзаменационных заданий.

Тестовый блок основан на содержании базовых учебных дисциплин:

- экономическая теория (микро-, макроэкономика, мировая экономика, менеджмент).

Примеры тестовых заданий:

1. Признаком только совершенной конкуренции является:
 - a. отсутствие у фирмы рыночной власти;
 - b. максимизация фирмой прибыли;
 - c. получение экономической прибыли в долгосрочной перспективе;
 - d. линия спроса представляет собой линию средней выручки фирмы.
2. Валовой внутренний продукт представляет собой сумму рыночной стоимости:
 - a. произведенных товаров и услуг;
 - b. нормальных товаров и услуг;
 - c. конечных товаров и услуг;
 - d. проданных товаров и услуг.
3. Когда мы говорим о неравномерности экономического развития, мы имеем в виду:
 - a. неодинаковые уровни технической вооруженности труда;
 - b. разницу в уровне жизни населения;
 - c. разные стадии социально-политического развития страны;
 - d. различную степень открытости национальной экономики.
4. Что поступает в организацию из внешней среды?
 - a. цели;
 - b. информация;
 - c. ресурсы;
 - d. отчетные данные.

Тематика эссе основана на содержании учебных дисциплин, отражающих специфику магистерских программ:

- экономика образования, менеджмент, маркетинг – эссе.

Абитуриенту предлагается 4 темы на выбор.

Примерные темы эссе:

1. Роль образования в конкурентоспособности специалиста в современной экономике.
2. Преимущества и недостатки крупного и малого бизнеса в России.
3. Чем бренд отличается от торговой марки и о чем он может рассказать покупателю?
4. Особенности управления организациями в современных условиях.

7. Рекомендуемая литература.

Основная

1. Агапова, Т. А. Макроэкономика : учебник / Т. А. Агапова, С. Ф. Серёгина. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: МФПУ Синергия, 2013. - 560 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=451271>
2. Курс микроэкономики: Учебник / Р.М. Нуреев. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 624 с URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=496737>
3. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=368104#none>
4. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 656 с.: URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=472344>
5. Экономика фирмы (организации, предприятия): Учебник / В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк; Под ред. Б.Н. Чернышева, В.Я. Горфинкеля. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 296 с.: URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=392973>

Дополнительная

6. Международные экономические отношения: Учебник / Под ред. Б.М. Смитиенко. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 528 с URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=447233>
7. Международные экономические отношения: Учебник / Под ред. Б.М. Смитиенко. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 528 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=447233>
8. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд.. - Москва и др. : Вильямс, 2007. - 665 с.
9. Основы маркетинга / Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс. - 5-е европ. изд.. - Москва и др. : Вильямс, 2012 [т.е. 2011]. - 751 с.
10. Современный менеджмент: Учебник / М.М. Максимцов; Под ред. М.М. Максимцова, В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с.: <http://znanium.com/bookread.php?book=469777>
11. Экономика предприятия: Учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Складенко. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 264 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=459574>
12. Экономикс: краткий курс: Пер. с 1-го англ. изд. / С.Л. Брю, К.Р. Макконнелл. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - XVIII, 462 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=417992>

Авторы-составители:

Зам. директора института, зав. кафедрой отраслевой экономики, кандидат экономических наук, профессор А.Я. Линьков,
зав. кафедрой экономической теории и экономического образования, доктор экономических наук, доцент Н.В. Василенко.