

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Московская международная академия»
(ОЧУ ВО «ММА»)

РЕКОМЕНДОВАНО

Учёным советом

Протокол №10 от 28 августа 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Ректор:

Терентий Л.М.

ПОДПИСЬ

«12» октября 2023 г.



МЕНЕДЖМЕНТ

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В ПОМОЩЬ
ПОСТУПАЮЩЕМУ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ
ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2023

Цель пособия – помочь поступающим Образовательного частного учреждения высшего образования «Московская международная академия» при подготовке к профильному вступительному испытанию по дисциплине «Менеджмент» на базе среднего профессионального образования.

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Вступительное испытание по менеджменту для абитуриентов, поступающих на обучение по программам бакалавриата на базе среднего профессионального образования, предусмотрено в форме тестирования с использованием дистанционных технологий. Вступительное испытание проводится в течение 45 минут.

Настоящая программа составлена на основе образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Во время проведения вступительного испытания их участникам запрещается иметь при себе и использовать средства связи, с целью получения информации из внешних источников для выполнения заданий тестирования. Использование словарей и любых других справочных материалов на вступительных испытаниях не допускается.

После выполнения вступительного испытания в форме тестирования с использованием дистанционных технологий, поступающему автоматически демонстрируется полученный результат (количество набранных баллов).

Результаты поступающих размещаются на официальном сайте – в день проведения вступительного испытания.

Перечень требований к уровню подготовки выпускников:

1. Знать и понимать:

- 1) Функции и объекты менеджмента
- 2) Основные принципы менеджмента
- 3) Историю менеджмента
- 4) Предпринимательство в условиях риска и неопределенности
- 5) Теорию принятия управленческих решений
- 6) Теории мотивации
- 7) Теории организации
- 8) Методы управления конфликтами

2. Уметь:

1) **Характеризовать** с научных позиций основные объекты управления (организации, банки, государство), их место и значение в экономике

2) **Анализировать** актуальную информацию об объектах управления, выявляя их проблемы и положительные тенденции; устанавливать соответствия между существенными экономическими изменениями с политическими и социальными факторами.

3) **Объяснять** внутренние и внешние связи (причинно-следственные и функциональные) изученных объектов (включая взаимодействия человека и организации, организации и государства, экономических отраслей)

4) **Раскрывать на примерах** изученные теоретические положения и понятия общественных и социально-экономических наук

5) **Осуществлять поиск** экономической информации, представленной в различных знаковых системах (текст, схема, таблица, диаграмма); извлекать из неадаптированных оригинальных текстов (правовых, научно-популярных, публицистических и др.) знания по заданным темам; систематизировать, анализировать и обобщать неупорядоченную экономическую информацию; различать в ней факты и мнения, аргументы и вывод

6) **Оценивать** действия субъектов экономики с точки зрения эффективности деятельности

7) **Формулировать** на основе приобретенных экономических знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам

8) **Подготавливать** аннотацию, рецензию, реферат, творческую работу

9) **Применять** социально-экономические и гуманитарные знания в процессе решения познавательных задач по актуальным экономическим проблемам

3. Использовать приобретенные знания и умения для:

1) Самостоятельного поиска управленческой информации, необходимой для принятия собственных решений; критического восприятия информации, получаемой в межличностном общении и массовой коммуникации

2) Решения практических проблем, возникающих в экономической деятельности субъектов, объектов экономики

3) Предвидения возможных последствий определенных экономических действий

4) Ориентации в социально-экономических науках, их последующего изучения в учреждениях среднего и высшего профессионального образования

5) Оценка деятельности экономического субъекта, объектам с точки зрения социально-экономической эффективности.

II. СОДЕРЖАНИЕ ПОГРАММЫ

Теория менеджмента (история управленческой мысли)

1. Вклад Ф.У. Тейлора в школу научного управления.
2. Г.Л. Гантт и календарное планирование.
3. Супруги Гилбрет (Фрэнк и Лилиан) и рациональные трудовые движения.
4. Г. Эмерсон и принципы производительности.
5. Школа административного управления (классическая школа менеджмента).
6. Вклад А. Файоля в классическую школу менеджмента.
7. Концепция рациональной бюрократии М.Вебера.
8. Формальная и неформальная организации.
9. Школа человеческих отношений. Хоуторнские исследования Э.Мэйо.
10. Школа поведенческих наук (бихевиористская школа).
11. Иерархия потребностей по А. Маслоу
12. Двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга
13. Теория Х и теория У. Д. Мак-Грегора
14. Школа науки управления или количественный подход.
15. Процессный подход. Функции процесса управления. Методы управления.
16. Связующие процессы – принятие решений и коммуникация.
17. Системный подход. Принципы системного подхода. Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации.
18. Жизненный цикл организации.
19. Ситуационный подход.
20. Менеджмент в России (исторический экскурс). Парадигмы современного менеджмента. Эффективность менеджмента.

Теория организации и организационное поведение

1. Теория организации и ее место в системе научных знаний.
2. Предмет теории организации. Природа и сущность организации.
3. Описание организационных систем на основе схем «вход – выход».
4. Свойство рефлексии организаций. Нерефлексность организаций.
5. Специфические законы социальной организации.
6. Социальные институты, статусы и роли в организации. Социальное управление и социальная система организации.

7. Организация как экономическая система. Основные компоненты экономической среды организации.
8. Организация как открытая система (система, взаимодействующая с внешней средой). Концепции представления целостности: «машина»; «организм»; 7-уровневая модель; «сложная система».
9. Представление производственной системы организации.
10. Жизненный цикл продукта. Этапы жизненного цикла выпуска нового продукта.
11. Функция организации. Требования к организационной структуре.
12. Должностные связи. Типы связей.
13. Множество потенциально возможных связей.
14. Принципы построения, достоинства и недостатки организационных структур. Критерии оценки организационной структуры.
15. Взаимодействие и адаптация к изменениям внешней среды.
16. Коммуникации в организациях и современные информационные технологии организационной культуры.

Стратегический менеджмент

1. Особенности стратегического менеджмента как новой управленческой парадигмы. Этапы развития стратегического управления как системы управления предприятием (практический аспект).
2. Сущность, функции, структура и процесс стратегического менеджмента.
3. Миссия организации. Понятие миссии и цели ее формулирования, видение, стратегические намерения фирмы и миссия: особенности.
4. Целеполагание. Направления установления целей.
5. Классификация целей.
6. Структура среды функционирования компании: общая характеристика и методы анализа.
7. Методы анализа внешней среды. Методы анализа отраслевой среды. Методы анализа конкурентной среды. Методы анализа внутренней среды организации.
8. Ресурсы и компетенции организации, их классификация.
9. SWOT-анализ и его роль в стратегическом управлении.
10. Конкурентные стратегии: мотивы, виды, содержание, характеристика.

Маркетинг

1. Концепции маркетинга. Функции маркетинга.
2. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса.
3. Основные категории теории маркетинга.
4. Уровни каналов распределения. Виды сбыта.
5. Сегмент и сегментация рынка.
6. Маркетинговые исследования.
7. Методы и виды маркетинговых исследований.
8. Стратегический маркетинг и стратегия маркетинга, маркетинговые задачи.
9. Комплекс маркетинга. Критерии сегментации. Маркетинговая система.
10. Позиционирование товара на рынке. Жизненный цикл товара.
11. Подходы к ценообразованию.
12. Маркетинговые коммуникации.
13. Методы формирования бюджета маркетинга.
14. Эффективность маркетинга.
15. Товарные стратегии. Виды стратегии диверсификации.

Управление человеческими ресурсами

1. Роль человека и человеческих ресурсов общества в экономических преобразованиях и социальных изменениях.
2. Системный подход к управлению человеческими ресурсами общества (социальная и кадровая составляющая).
3. Государственная политика по воспроизводству человеческих ресурсов общества. Методы управления человеческими ресурсами (теория и практика). Стратегическое управление человеческими ресурсами на макро- и мезоуровне.
4. Социальная и кадровая составляющая системы управления человеческими ресурсами в организации.
5. Модели управления человеческими ресурсами: становление, развитие и внедрение.
6. Механизм формирования и реализации стратегии управления человеческими ресурсами в организации.
7. Технологии обеспечения организации необходимыми человеческими ресурсами.
8. Эффективность управления человеческими ресурсами в организации и методы ее повышения.
9. Благотворительность, социальные инвестиции и корпоративное

- гражданство.
10. Социальные коммуникации бизнеса: от манипуляции к социальному партнерству.
11. Специфика анализа социальной политики.
12. Оценка эффективности социальных инвестиций

III. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ И МИНИМАЛЬНОЕ/МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ

1. Шкала оценивания:

Номер задания	Количество баллов за правильно выполненное задание
1-20	5
ИТОГО максимальное количество баллов:	100

2. Минимальное количество баллов для успешного прохождения вступительного испытания: 42.
3. Максимальное количество баллов для успешного прохождения вступительного испытания: 100.

Рекомендуемая литература

1. Менеджмент. Учебник для бакалавров/ Под ред. проф. А.Н. Петрова. - 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2012.
2. Мескон, М.Х. Основы менеджмента/М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - 3-е изд. – М.: «И.Д.Вильямс», 2011.
3. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации. – М.: КноРус, 2010
4. Теория организации: учебник для бакалавров / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко; Гос. ун-т упр. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2013. - 448 с
5. Аронов А.М., Петров А.Н. Современные проблемы стратегического менеджмента. Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014.
6. Стратегический менеджмент: учеб. по специальности "Менеджмент орг." А.Н. Петров и др.; под. ред. А.Н. Петрова. - 3-е изд. - Санкт-

- Петербург и др.: Питер, 2012.
7. Управление конкурентоспособностью: теория и практика: учебник для вузов/ Е. А. Горбашко, И. А. Максимцев, Ю. А. Рыкова, Н. Ю. Четыркина; под ред. Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — М.: Издательство Юрайт, 2016.
 8. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2012. – 560 с.
 9. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; [пер. с англ. С. Жильцов, М. Жильцов, Д. Раевская; науч. ред. А.М. Немчин, В.А. Дуболазов. - 12-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2012. - 814 с.
 10. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавров /Под ред. И.А. Максимцева. – М.: Изд-во Юрайт, 2014 – 525 с. – Серия: бакалавр. Углубленный курс.