

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Программа вступительного испытания утверждена на заседании Ученого совета института 18 ноября 2025 г., протокол № 12.

Содержание

I. Общие положения.....	4
II. Перечень тем для подготовки к вступительному испытанию	4
III. Перечень вопросов для прохождения вступительного испытания.....	9
IV. Список рекомендуемой литературы.....	13

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящая программа составлена на основе федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по программам бакалавриата и программам специалитета, и определяет общее содержание экзамена при приеме на обучение по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры в БУ ВО «Сургутский государственный университет» (далее – Университет).

2. Вступительное испытание нацелено на оценку знаний поступающих лиц, полученных ими в ходе освоения программ бакалавриата и (или) специалитета, и на отбор среди поступающих лиц, наиболее способных и подготовленных к освоению программ магистратуры в Университете.

3. Вступительное испытание проводится в рамках нескольких конкурсов (по соответствующим формам и основам обучения) внутри одной группы магистерских программ и сдается однократно.

4. Вступительное испытание проводится на русском языке.

5. Вступительное испытание проводится очно и (или) с использованием дистанционных технологий (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительных испытаний).

II. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

Раздел I. Менеджмент

Тема 1. Человек и организация

Взаимодействие человека и организации. Подходы к установлению взаимодействия человека и организации. Модель взаимодействия человека и организационного окружения. Проблемы установления взаимодействия человека и организационного окружения. Ролевой аспект взаимодействия человека и организации. Личностный аспект взаимодействия человека и организационного окружения.

Адаптация человека к организационному окружению и изменение его поведения. Вхождение человека в организацию. Обучение при вхождении в организацию. Влияние организации на процесс вхождения.

Мотивация деятельности. Общая характеристика мотивации. Мотивационный процесс. Теория содержания мотивации. Теория иерархии потребности Маслоу, теория приобретенных потребностей МакКлелланда. Теории процесса мотивации.

Тема 2. Стратегия организации

Стратегическое управление организацией. Общая характеристика стратегического управления. Сущность стратегического управления. Система стратегического управления. Анализ внешней и внутренней среды. SWOT анализ.

Миссия и цели организации. Миссия организации. Цели организации. Установление целей.

Стратегия фирмы. Типы стратегий бизнеса. Области выработки стратегии. Эталонные стратегии развития. Выработка стратегии фирмы. Шаги определения стратегии. Выбор стратегии. Выполнение стратегии. Стадии выполнения стратегии. Области проведения стратегических изменений. Проблемы проведения стратегических изменений. Мобилизация потенциала для выполнения стратегии.

Тема 3. Построение организации

Проектирование работы в организации. Функции управления организацией. Общие функции предприятия. Функции администрирования. Анализ функций управления. Проектирование работы. Концепция проектирования работы. Анализ работы. Параметры работы. Восприятие содержания работы. Технология и проектирование работы. Модели проектирования работы. Построение работы. Расширение масштаба работы. Ротация работы. Обогащение работы. Выбор модели проектирования.

Проектирование организации. Факторы проектирования организации. Внешняя среда. Технология работы. Стратегический выбор. Элементы проектирования организации. Разделения труда и специализация. Департаментизация и кооперация. Связи в организации и координация. Масштаб управляемости и контроля. Иерархия в организации и ее звенность. Распределение прав и ответственности. Централизации и децентрализация. Дифференциация и интеграция.

Типы организации и их структуры. Типы организации по взаимодействию с внешней средой. Механический тип организации. Органический тип организации. Типы организаций по взаимодействию подразделений. Типы организаций по взаимодействию с человеком.

Тема 4. Организационные процессы

Коммуникации, решения и конфликты. Коммуникации в управлении. Общее понятие. Процесс коммуникации. Коммуникационные сети. Принятие решений. Модели принятия решения. Процесс принятия управленческих решений.

Управление конфликтом. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации. Структурные методы управления конфликтом.

Власть и лидерство. Власть и влияние. Источники власти в организации. Основы лидерства. Содержание понятия лидерства в управлении организацией. Подходы к изучению лидерства. Традиционные концепции лидерства. Концепции ситуационного лидерства. Новое в теориях лидерства.

Тема 5. Организационная культура и управление изменениями

Организационная культура. Концепция организационной культуры. Понятие и структура организационной культуры. Содержание организационной культуры. Развитие организационной культуры. Формирование организационной культуры. Поддержание организационной культуры. Изменение организационной культуры. Влияние культуры на организационную эффективность. Управление организационной культурой.

Управление изменениями. Причины и цели планируемых организационных изменений. Организационный диагноз и определение готовности к изменениям. Модели организационных изменений. Сопротивление организационным изменениям. Методы проведения организационных изменений.

Раздел II. Маркетинг

Тема 1. Задачи, функции, типы и виды маркетинга. Маркетинговая среда предприятия

Определение и концепции маркетинга. Задачи и функции маркетинга на предприятии. Классификация видов маркетинга. Модели комплекса маркетинга.

Понятие и структура маркетинговой среды. Анализ внешней среды предприятия. Методы оценки привлекательности рынка сбыта. Оценка конкуренции на рынке сбыта. Структура и содержание плана маркетинга

Тема 2. Маркетинговые исследования и бенчмаркинг. Поведение потребителей. Сегментирование и позиционирование.

Цели и методы проведения маркетинговых исследований. Кабинетные и полевые исследования. Особенности маркетинговых исследований в среде Интернет. Процесс организации маркетинговых исследований. Понятие и виды бенчмаркинга.

Факторы, влияющие на поведение потребителей. Поведение потребителей при выборе товара. Восприятие потребителями маркетинговой информации. Восприятие бренда, построение карт восприятия.

Процесс сегментирования посредников и потребителей. Понятие, цели и способы позиционирования. Характеристика стратегий выбора и охвата сегментов.

Тема 3. Товары в системе маркетинга. Управление товарным ассортиментом. Ценовая политика предприятия

Мультиатрибутивная модель товара. Структура ассортимента торгового предприятия. Основные принципы управления ассортиментом. Контроль ассортиментной политики торгового предприятия.

Маркетинговый подход к ценообразованию. Особенности управления розничными и оптовыми ценами. Типичные управленческие ценовые решения. Методы ценовой политики при выходе на региональные рынки. Управление ценами в рамках товарного ассортимента. Оптимизационные расчеты прибыли при реализации ценовой политики предприятия.

Тема 4. Управление каналами товародвижения. Коммуникативная политика в системе маркетинга.

Классификация каналов товародвижения в системе маркетинга. Концепции управления каналами товародвижения. Механизм формирования потребительской ценности в каналах товародвижения. Инновационные технологии организации торговли через канал Интернет.

Модели и инструменты маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы и выбор рекламных каналов. Характеристика методов стимулирования продаж. Инновационные методы и технологии продвижения товаров.

Тема 5. Организация маркетинга на предприятии. Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Уровни организации маркетинга на предприятии. Организационные структуры маркетинга. Организация взаимодействия предприятия с потребителями на принципе клиентоориентированности. Маркетинговые решения в сфере обращения.

Организация планирования и разработка маркетинговых бюджетов. Методы и техника прогнозирования продаж. Контроллинг эффективности маркетинга на предприятии. Показатели эффективности маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Раздел III. Экономика фирмы

Тема 1. Предприятие и организация – основные звенья экономики.

Предприятие – основное звено экономики. Цель создания и функционирования предприятия. Производственные и рыночные связи

предприятия. Конкуренция и предприятие. Предпринимательская деятельность предприятия. Виды предпринимательской деятельности и их развитие.

Типы производства. Организация производственного процесса. Понятие производства, производственная структура предприятия. Типы производства и их характеристика. Формы организации производства.

Малое предпринимательство и его развитие в России и в зарубежных странах. Сущность малого предпринимательства и значение его развития в современных условиях. Выбор организационно-правовой формы малого предпринимательства. Развитие малого предпринимательства в России. Франчайзинг как форма взаимоотношения крупного и мелкого предпринимательства. Государственная поддержка и проблемы малого предпринимательства.

Тема 2. Ресурсы и управление организацией (предприятием).

Основные фонды организации. Понятие, классификация и оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Формы их воспроизводства. Показатели использования основных фондов.

Оборотные средства организации (предприятия). Понятие оборотных средств и их состав. Оценка использования и пути экономии элементов оборотных фондов организации. Пути ускорения оборачиваемости оборотных средств.

Трудовые ресурсы. Управление персоналом организации (предприятия). Трудовые ресурсы: сущность и состав. Структура трудовых ресурсов. Основные задачи управления персоналом организации. Планирование численности персонала. Подбор и отбор персонала.

Организация, нормирование и оплата труда. Основные положения оплаты труда. Нормирование и оплата труда. Формы и системы оплаты труда. Рынок труда.

Производственное планирование и бизнес-план организации. Методологические основы планирования в организации. Основные разделы и показатели плана развития. Разработка бизнес-плана организации.

Теория оптимального выпуска продукции. Производственная программа и производственная мощность организации. Производственная программа и ее показатели. Условия оптимальной производственной программы. Производственная мощность предприятия и ее виды. Методика расчета производственной мощности и показатели ее использования.

Тема 2. Эффективность деятельности организации (предприятия).

Издержки производства и себестоимость продукции. Смета и калькуляция затрат. Понятие издержек производства. Классификация и калькулирование затрат

на производство продукции. Зарубежный опыт определения затрат на производство продукции. Важнейшие пути снижения затрат на производство продукции.

Ценовая политика организации на различных рынках. Принципы ценообразования на различных типах рынка. Формирование ценовой политики организации.

Качество и конкурентоспособность. Стандарты и системы качества. Понятие и показатели качества продукции. Управление качеством продукции. Новая стратегия в управлении качеством. Качество и конкурентоспособность. Стандартизация продукции. Сертификация продукции.

Инновационная и инвестиционная политика предприятия. Инновации и инвестиции на предприятии. Формы организации и финансирования инновационной деятельности. Подготовка нового производства на предприятии.

Анализ бухгалтерского баланса и эффективности деятельности предприятия. Общая оценка бухгалтерского баланса. Платежеспособность баланса. Оценка состава и структуры источников средств. Анализ оборачиваемости активов. Анализ доходности организации.

Банкротство организаций (предприятий) и его профилактика. Сущность и понятие банкротства. Диагностика кризисов в жизненном цикле хозяйствующего субъекта. Профилактика банкротства организации (предприятия). Антикризисное управление деятельностью организации (предприятия). Последствия банкротства организаций (предприятия) для экономики государства.

III. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Раздел I. Менеджмент

1. Взаимодействие человека и организации.
2. Адаптация человека к организационному окружению и изменение его поведения.
3. Мотивация деятельности. Общая характеристика мотивации.
4. Стратегическое управление организацией.
5. Анализ внешней и внутренней среды. SWOT анализ.
6. Миссия и цели организации. Миссия организации.
7. Стратегия фирмы. Типы стратегий бизнеса.
8. Эталонные стратегии развития. Выработка стратегии фирмы.
9. Выбор стратегии. Выполнение стратегии.

10. Области проведения стратегических изменений. Проблемы проведения стратегических изменений.

11. Мобилизация потенциала для выполнения стратегии.

12. Проектирование работы в организации.

13. Функции управления организацией. Общие функции предприятия.

14. Проектирование организации. Факторы проектирования организации.

15. Внешняя среда организации.

16. Разделения труда и специализация. Департаментизация и кооперация.

17. Связи в организации и координация. Масштаб управляемости и контроля.

18. Централизации и децентрализация. Дифференциация и интеграция.

19. Типы организации и их структуры. Типы организации по взаимодействию с внешней средой.

20. Механический тип организации. Органический тип организации. Типы организаций по взаимодействию подразделений. Типы организаций по взаимодействию с человеком.

21. Коммуникации, решения и конфликты. Коммуникации в управлении.

22. Принятие решений. Модели принятия решения.

23. Управление конфликтом. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации.

24. Власть и лидерство. Власть и влияние. Источники власти в организации.

25. Организационная культура. Концепция организационной культуры.

26. Управление изменениями. Причины и цели планируемых организационных изменений.

27. Модели организационных изменений. Соппротивление организационным изменениям. Методы проведения организационных изменений.

Раздел II. Маркетинг

28. Определение и концепции маркетинга. Задачи и функции маркетинга на предприятии.

29. Понятие и структура маркетинговой среды. Анализ внешней среды предприятия.

30. Методы оценки привлекательности рынка сбыта. Оценка конкуренции на рынке сбыта.

31. Структура и содержание плана маркетинга

32. Поведение потребителей. Сегментирование и позиционирование.

33. Цели и методы проведения маркетинговых исследований.

34. Кабинетные и полевые исследования. Особенности маркетинговых исследований в среде Интернет.

35. Процесс организации маркетинговых исследований. Понятие и виды бенчмаркинга.

36. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Поведение потребителей при выборе товара.

37. Процесс сегментирования посредников и потребителей. Понятие, цели и способы позиционирования. Характеристика стратегий выбора и охвата сегментов.

38. Мультиатрибутивная модель товара.

39. Структура ассортимента торгового предприятия. Основные принципы управления ассортиментом.

40. Маркетинговый подход к ценообразованию. Особенности управления розничными и оптовыми ценами.

41. Типичные управленческие ценовые решения.

42. Классификация каналов товародвижения в системе маркетинга. Концепции управления каналами товародвижения.

43. Механизм формирования потребительской ценности в каналах товародвижения. Инновационные технологии организации торговли через канал Интернет.

44. Модели и инструменты маркетинговых коммуникаций.

45. Виды рекламы и выбор рекламных каналов. Характеристика методов стимулирования продаж.

46. Уровни организации маркетинга на предприятии. Организационные структуры маркетинга.

47. Организация взаимодействия предприятия с потребителями на принципе клиентоориентированности. Маркетинговые решения в сфере обращения.

48. Организация планирования и разработка маркетинговых бюджетов. Методы и техника прогнозирования продаж.

Раздел III. Экономика фирмы

49. Предприятие – основное звено экономики. Цель создания и функционирования предприятия.

50. Типы производства. Организация производственного процесса.

51. Понятие производства, производственная структура предприятия. Типы производства и их характеристика. Формы организации производства.

52. Малое предпринимательство и его развитие в России и в зарубежных странах. Сущность малого предпринимательства и значение его развития в современных условиях.
53. Развитие малого предпринимательства в России.
54. Франчайзинг как форма взаимоотношения крупного и мелкого предпринимательства.
55. Государственная поддержка и проблемы малого предпринимательства.
56. Основные фонды организации. Понятие, классификация и оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов.
57. Оборотные средства организации (предприятия). Понятие оборотных средств и их состав.
58. Трудовые ресурсы. Управление персоналом организации (предприятия). Трудовые ресурсы: сущность и состав.
59. Основные задачи управления персоналом организации. Планирование численности персонала. Подбор и отбор персонала.
60. Организация, нормирование и оплата труда. Основные положения оплаты труда. Нормирование и оплата труда. Формы и системы оплаты труда. Рынок труда.
61. Производственное планирование и бизнес-план организации. Методологические основы планирования в организации.
62. Теория оптимального выпуска продукции. Производственная программа и производственная мощность организации.
63. Издержки производства и себестоимость продукции. Смета и калькуляция затрат. Понятие издержек производства.
64. Ценовая политика организации на различных рынках. Принципы ценообразования на различных типах рынка. Формирование ценовой политики организации.
65. Качество и конкурентоспособность. Стандарты и системы качества. Понятие и показатели качества продукции.
66. Управление качеством продукции. Новая стратегия в управлении качеством. Качество и конкурентоспособность.
67. Инновационная и инвестиционная политика предприятия. Инновации и инвестиции на предприятии.
68. Анализ бухгалтерского баланса и эффективности деятельности предприятия. Платежеспособность баланса.

69. Банкротство организаций (предприятий) и его профилактика. Сущность и понятие банкротства. Диагностика кризисов в жизненном цикле хозяйствующего субъекта.

70. Профилактика банкротства организации (предприятия). Антикризисное управление деятельностью организации (предприятия).

IV. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Воробьева, Ирина Павловна. Экономика и управление производством : Учебное пособие для вузов / Воробьева И. П., Селевич О. С. Москва : Юрайт, 2022. 191 с. (Высшее образование) . URL: <https://urait.ru/bcode/490332>.

2. Кукушкин, Сергей Николаевич. Внутрифирменное планирование : Учебник и практикум для вузов / под ред. Кукушкина С.Н., Позднякова В.Я., Васильевой Е.С. 4-е изд., пер. и доп. Москва : Юрайт, 2022. 344 с. (Высшее образование). URL: <https://urait.ru/bcode/488676>.

3. Савицкая, Глафира Викентьевна. Экономический анализ : Учебник / Белорусский государственный экономический университет. 15, испр. и доп. Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. 587 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=360558>.

4. Сафронов, Николай Александрович. Экономика организации (предприятия) : Учебник для среднего профессионального образования : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. 2, с изм. Москва : Издательство "Магистр", 2021. 256 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=360508>.

5. Сироткин, Сергей Александрович. Стратегический менеджмент : Учебник / Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. 1. Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. 263 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=362106>.

Дополнительная литература:

1. Бычин, В.Б. Организация и нормирование труда : Учебное пособие : ВО - Бакалавриат / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 248 с. ВО - Бакалавриат <http://new.znanium.com/go.php?id=924012> ISBN 9785160035994

2. Машунин, Юрий Константинович. Прогнозирование и планирование социально-экономических систем : Учебник для вузов / Машунин Ю. К. Москва : Юрайт, 2022. 330 с. (Высшее образование) . URL: <https://urait.ru/bcode/496702>.

3. Сергеев, Александр Александрович. Бизнес-планирование : Учебник и практикум для вузов / Сергеев А. А. 4-е изд., испр. и доп. Москва : Юрайт, 2022. 456 с. (Высшее образование) . URL: <https://urait.ru/bcode/506814>.