

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Уральский государственный горный университет»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по УМК
ФГБОУ ВО «УГГУ»



С. А. Упоров

С. А. Упоров
октябрь 2022 г.

ПРОГРАММА

*вступительных испытаний для поступления в магистратуру
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,
направленности (профилю)*

«МЕНЕДЖМЕНТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ»

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработчик программы: Мочалова Л.А., доцент, доктор экономических наук, зав. кафедрой экономики и менеджмента, Михайлюк О.Н., доцент, доктор экономических наук, профессор кафедры стратегического и производственного менеджмента

Екатеринбург – 2022

Общие положения

Целью магистерской программы «Менеджмент цифровой трансформации хозяйствующих субъектов реального сектора экономики» является обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных на рынке труда магистров по направлению 38.04.02 «Менеджмент» на основе реализации требований ФГОС ВО.

Задачами программы являются подготовка нового поколения выпускников:

– формирование широко образованной интеллектуальной личности, готовой к творческой деятельности в области управленческой науки и практики, способной к саморазвитию и непрерывному обучению;

– обеспечение получения опыта и практических навыков в проведении стратегического и экономического анализа, принятии управленческих решений, работе в конкурентной среде, решении профессиональных задач для достижения финансовой устойчивости и стратегической эффективности деятельности предприятий в условиях цифровой экономики;

Прием в университет для обучения по программе магистратуры проводятся по результатам вступительных испытаний профильной направленности в форме компьютерного тестирования.

Для поступающих по договорам по программам магистратуры на очную форму обучения вступительные испытания начинаются 20 июня 2023 года и завершаются 26 августа 2023 года, на очно-заочную и заочную форму обучения – начинаются 20 июня 2023 года и завершаются 28 октября 2023 года.

Результат вступительного испытания, проводимого университетом самостоятельно, оценивается по 100-балльной шкале, оформляется протоколом и объявляется на официальном сайте университета на следующий рабочий день после проведения вступительного испытания. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания составляет 30 баллов.

При приеме на обучение по программам магистратуры, начисляются дополнительные баллы, которые включаются в сумму конкурсных за следующие достижения:

- диплом о высшем образовании с отличием – 5 баллов;
- для лиц, проявивших выдающиеся способности, отмеченных стипендией Президента и/или Правительства российской Федерации и стипендии губернатора Свердловской области – 5 баллов, обладателям действующих сертификатов тестовых систем, подтверждающих прохождение теста по иностранному языку – 5 баллов;
- участникам проекта УГГУ «Магистерский драфт» – 5 баллов;
- медалисты, победители и призеры олимпиады студентов «Я – профессионал» в течение двух лет с момента получения соответствующего

диплома получить дополнительные баллы за индивидуальные достижения – 10 баллов.

Сумма баллов за индивидуальные достижения не может превышать 10 баллов.

Критерии оценки уровня подготовки поступающих в магистратуру

Вступительное испытание проводится в виде междисциплинарного экзамена.

Продолжительность вступительного испытания 60 минут.

Вступительное испытание проводится на русском языке.

Экзамен проводится в форме компьютерного тестирования.

Тест состоит из 20 закрытых заданий (с выбором одного правильного ответа из предложенных), составленных по материалам 5 дисциплин: «Экономическая теория», «Экономика организации», «Основы менеджмента», «Управление персоналом», «Управление маркетингом».

Максимальное количество баллов по итогам вступительного испытания – 100, за правильный ответ на каждое задание – 5 баллов.

Итоговая оценка зависит от знаний поступающими теоретических и практических основ менеджмента и экономики, а также их аналитических способностей.

Структура и содержание материала, выносимого на вступительное испытание

Вступительное испытание представляет собой междисциплинарный экзамен, подразумевающий ответы на вопросы из следующих дисциплин:

- Экономическая теория;
- Экономика организации;
- Основы менеджмента;
- Управление персоналом;
- Управление маркетингом.

Тематика вопросов по дисциплине «Экономическая теория»

Что изучает экономическая теория. Основная экономическая проблема.

Частные и общественные блага. Процесс воспроизводства: сущность и его виды. Факторы производства: рабочая сила, природные ресурсы, капитал, предпринимательская способность.

Собственность: сущность, формы. Права владения, распоряжения и пользования. Сущность экономической системы. Виды экономических систем: традиционная, административно-командная, рыночная, смешанная.

Механизм действия рыночной экономики. Товарное производство. «Невидимая рука» А. Смита. Фиаско рынка. Функции рынка.

Закон спроса. Закон предложения. Кривые спроса и предложения. Сущность и виды эластичности спроса и предложения. Коэффициенты эластичности.

Теория потребительского поведения. Полезность, предельная и общая полезность. Излишек потребителя.

Выручка предприятия. Внешние и внутренние издержки предприятия. Экономическая и бухгалтерская прибыль. Переменные и постоянные факторы производства. Производственная функция.

Валовой внутренний продукт. Национальное богатство. Инвестиции: сущность и факторы, влияющие на них. Макроэкономическое равновесие. Предельная склонность к потреблению и сбережению.

Макроэкономическая нестабильность. Безработица: сущность и формы.

Функции денег. Денежная масса в обращении. Спрос на деньги: общий, операционный, спекулятивный. Центральный банк страны. Учетная ставка. Виды кредитно-денежной политики. Активные и пассивные операции коммерческих банков.

Государственный бюджет. Дефицит и профицит бюджета. Налоги: сущность и виды. Кривая Лаффера. Сущность и виды бюджетно-налоговой политики.

Валютный курс. Ревальвация и девальвация национальной валюты.

Тематика вопросов по дисциплине «Экономика организации».

Основные производственные фонды: состав и структура. Фондоотдача.

Износ и амортизация основных фондов.

Оборотный капитал: состав, структура.

Состав и структура персонала предприятия. Явочная и списочная численность работников.

Повременная и сдельная оплата труда.

Постоянные и переменные издержки. Себестоимость продукции.

Прибыль предприятия. Виды прибыли. Особенности налогообложения прибыли.

Тематика вопросов по дисциплине «Основы менеджмента»

Менеджмент как наука. Объект и субъект управления.

Этапы и школы в истории менеджмента.

Сущность системного, ситуационного и процессного подходов к управлению.

Управление организацией как открытой системой. Внутренняя и внешняя среда организации. SWOT-анализ.

Функции менеджмента.

Планирование как функция менеджмента.

Организация как функция менеджмента. Организационные структуры управления.

Мотивация как функция менеджмента. Современные теории мотивации.

Координация как функция в системе менеджмента. Контроль как функция в системе менеджмента.

Коммуникации в системе управления. Стили руководства.
Профессиональные качества лидера.

Национальные особенности менеджмента.

Тематика вопросов по дисциплине «Управление персоналом»

Персонал управления: сущность, структура и деятельность.

Концептуальные кадровые документы. Кадровая политика организации.

Типы карьеры. «Карьерная лестница».

Функции менеджеров в области управления персоналом. Методы управления персоналом: экономический, административный, социально-психологический.

Формы стимулирования персонала предприятия.

Производительность труда. Рабочее время. Факторы, оказывающие влияние на работоспособность и здоровье работника.

Нормирование труда.

Тематика вопросов по дисциплине «Управление маркетингом»

Понятие, сущность и принципы маркетинга. Роль маркетинга в современной экономике.

Макросреда и микросреда маркетинга. Понятие потребности. Товар как категория маркетинга. Рынок покупателя. Рынок продавца. Сегментирование рынка. Понятие рыночного сегмента.

Инструменты маркетинга. Ценовая политика предприятия.

Сбытовая политика предприятия. Процесс товародвижения.

Способы продвижения товара.

Вопросы для подготовки к вступительному испытанию

Вступительное испытание проводится в форме компьютерного тестирования.

Примеры тестовых заданий в рамках вступительного испытания:

1. Что из перечисленного отражает суть основной экономической проблемы:

А) существуют продукты, которые можно купить только по очень высоким ценам;

Б) в любой экономике бывают периоды спада, когда существует ограниченность ресурсов;

В) экономические ресурсы всегда ограничены по сравнению с человеческими потребностями.

2. Кривая спроса показывает:

А) как будет снижаться потребление блага при снижении доходов покупателей;

Б) потребительские предпочтения;

- В) сколько блага потребители желают и могут приобрести по разным ценам за определенный период времени;
- Г) как будет изменяться цена в зависимости от потребностей населения;
- Д) цены, по которым можно приобрести блага.

3. Что такое валовой внутренний продукт (ВВП) – это:

- А) рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных и реализованных в стране за год;
- Б) стоимость всех реализованных товаров и услуг в стране за год;
- В) стоимость всех произведенных товаров и услуг в стране за год;
- Г) совокупность всех готовых товаров и услуг в стране.

4. Сумма предельных склонностей к потреблению и сбережению располагаемого дохода равна единице:

- А) при линейной функции потребления;
- Б) если график потребления проходит через начало координат;
- В) только при равновесии на рынке благ;
- Г) всегда.

5. Спрос на деньги для сделок изменяется следующим образом:

- А) возрастает при увеличении процентной ставки;
- Б) возрастает при снижении процентной ставки;
- В) снижается при уменьшении объема номинального ВВП;
- Г) снижается по мере роста объема номинального ВВП.

6. Какая из нижеперечисленных операций сократит количество денег в стране?

- А) Центральный банк уменьшает норму обязательных резервов;
- Б) Центральный банк покупает государственные облигации у населения и коммерческих банков;
- В) Центральный банк снижает учетную ставку, по которой он предоставляет кредиты коммерческим банкам;
- Г) Центральный банк продает государственные облигации коммерческим банкам.

7. Какой из ниже перечисленных налогов относится к косвенным?

- А) налог на прибыль организаций;
- Б) налог на доходы физических лиц;
- В) налог на добавленную стоимость;
- Г) налог на имущество предприятий;

8. В фазе циклического спада:

- А) величина трансфертных выплат и прибыли фирм сокращаются;

- Б) величина трансфертных выплат сокращается, а прибыли фирм увеличиваются;
- В) величина трансфертных выплат увеличивается, а прибыли фирм сокращаются;
- Г) величина трансфертных выплат и прибыли фирм увеличиваются;
- Д) правильный ответ отсутствует.

9. Какой показатель определяется произведением объема произведенной продукции на цену за единицу данной продукции:

- А) прибыль;
- Б) выручка;
- В) рентабельность.

10. Оборотные средства делят на следующие группы:

- А) оборотные фонды и фонды обращения;
- Б) производственные фонды и фонды обращения;
- В) оборотные фонды и производственные фонды.

11. Для расчета затрат на производство единицы выпускаемой продукции составляется:

- А) калькуляция;
- Б) смета затрат;
- В) баланс.

12. Японские менеджеры в соответствии со своим менталитетом выше других ставят _____ потребности.

- А) материальные;
- Б) физиологические;
- В) социальные;
- Г) производственные.

13. К основным составляющим внутренней среды организации относится:

- А) поставщики;
- Б) организационная структура;
- В) конкуренты;
- Г) рынок рабочей силы.

14. В менеджменте средством передачи информации в коммуникационном процессе является:

- А) сообщение;
- Б) символ;
- В) послание;
- Г) канал связи.

15. Способом доведения решений до исполнителя при авторитарном стиле управления является:

- А) просьба;
- Б) предложение;
- В) приказ;
- Г) совет.

16. Какие из приведенных потребностей свойственны всем людям?

- А) в самовыражении, самоопределении;
- Б) физиологические;
- В) в общественном признании;
- Г) в безопасности;
- Д) социальные.

17. Какие основные формы стимулов персонала предприятия выделяют?

- А) принуждение, материальное поощрение, моральное поощрение, самоутверждение;
- Б) моральное стимулирование, материальное стимулирование, функциональное стимулирование, структурное стимулирование;
- В) стимул, мотив, потребность, нужда;
- Г) похвала, просьба, убеждение.

18. Под сегментацией рынка понимается:

- А) деление конкретного рынка по характеру требований потребителей и по их реакции на методы маркетингового воздействия;
- Б) группировка производственных и торговых фирм по их размеру;
- В) получение квоты продаж товара на конкретном рынке.

19. Какие инструменты входят в состав комплекса маркетинга:

- А) анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, реализация маркетинговых мероприятий;
- Б) организация маркетинговой службы, изучение рыночных потребностей, планирование маркетинга, стимулирование покупателей;
- В) товарная политика, ценовая политика, политика в области товародвижения, политика стимулирования;
- Г) исследование рынка, работа с покупателями, разработка товара, распространение товара.

20. Что из проводимого ниже не относится к инструментам комплекса продвижения?

- А) стимулирование продаж;
- Б) транспортировка товара;
- В) связи с общественностью;
- Г) персональная продажа;
- Д) реклама.

Рекомендуемая литература

Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. – М.: Экономистъ, 2008. – 288 с.

Горленко О. А. Управление персоналом: учебник для вузов / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 249 с.

Григорьев М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 559 с.

Десслер Г. Управление персоналом / под ред. И. М. Степнова; перевод Д. П. Конькова. – 4-е изд. – М.: Лаборатория знаний, 2020. – 800 с.

Егоршин А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов. – 2-е изд., доп. и перераб. – Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. – 302 с.

Елкин С. Е. Управление персоналом организации. Теория управления человеческим развитием : учеб. пособие. – Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. – 236 с.

Короткова Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 242 с.

Котлер Филип. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс, 2018. 496 с.

Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учебное пособие для студентов вузов / рук.авт. коллектива и науч. ред. А. В. Сидоровича; МГУ им. М. В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб., доп. – М.: Дело и Сервис, 2007. – 1040 с.

Курс экономической теории: учебник / под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселёвой. – 7-е изд., испр., доп. и перераб. – Киров: АСА, 2015. – 880 с.

Любушин Н.П., Бабичева Н.Э. Экономика организации: учебник. М.: Кнорус, 2021. 326 с.

Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс. М.: Инфра-М, 2009. 944 с.

Маслова В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 431 с.

Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Классическое издание. М.: Вильямс, 2020. 642 с.

Фатхутдинов Р.А. Организация производства: учебник / Р.А. Фатхутдинов. 3-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 544 с.

Шапиро С.А., Шатаева О.В. Основы управления персоналом. М.: Конрус, 2019. 208 с.

Шишкин А. Ф., Шишкина Н. В. Экономическая теория: учебник: в 2-х т. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС. Т. 1. 2013. 816 с.; Т. 2. 2013. 712 с.

Экономика фирмы (организации, предприятия): учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк, Б.Н. Чернышева. – 2-е изд. – М.: Вузовский учебник, 2022. – 296 с.