



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

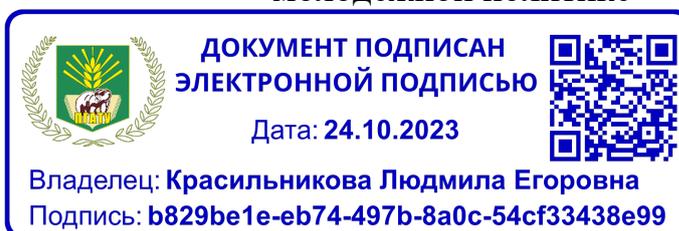
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Пермский государственный аграрно–технологический университет имени академика Д.Н.**

**Прянишникова»
(ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ)**

Факультет экономики и информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной
и воспитательной работе,
молодежной политике



ПРОГРАММА

вступительных испытаний при приеме на обучение по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Пермь, 2023

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Вступительные испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, проводятся в форме тестирования, с использованием дистанционных технологий, посредством корпоративного портала ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ, по следующим разделам:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.
3. Экономика предприятия.

1. МЕНЕДЖМЕНТ

1.1. Сущность и функции менеджмента

Различные подходы к определению понятия «Менеджмент». «Менеджмент» и «управление»: соотношение понятий. Менеджмент как наука, искусство, вид деятельности. Менеджмент как целенаправленное воздействие. Менеджмент как процесс реализации функций. Менеджмент как процесс подготовки, принятия и реализации управленческих решений. Менеджмент, информационный процесс и работа с людьми. Уровни менеджмента. Типология менеджмента.

1.2. Эволюция управленческой мысли, этапы, научные школы

Предпосылки возникновения науки менеджмента. Основные направления развития управленческой мысли. Зарубежные школы управления: научного управления, классическая административная, человеческих отношений, социальных систем и др. Сущность и содержание системного подхода, организация как открытая система. Ситуационный подход в менеджменте. Теория Z. Организационная культура как мощный рычаг менеджмента. Маркетинг как концепция управления. Особенности развития теории и практики менеджмента в различных странах. Американская и японская модели: их основные характеристики, сопоставительный анализ моделей. Проблемы и тенденции развития менеджмента в XXI веке. Новые концептуальные подходы к менеджменту в XXI веке.

1.3. Принципы менеджмента

Природа принципов менеджмента и их значение в теории и практике. Различные подходы к определению состава принципов менеджмента. Состав и содержание основных принципов менеджмента. Сущность принципов, сформулированных различными научными школами и направлениями. Вклад Ф.У.Тейлора, А.Файоля, Г.Форда, Г.Эмерсона, Э.Мэйо, П.Дракера, Ли Якокки и других теоретиков и практиков менеджмента в разработку принципов менеджмента. Состав и содержание основных принципов менеджмента современной организации.

1.4. Цели менеджмента

Понятия: «цель», «целеполагание». Значение целеполагания. Миссия, цели, ценности организации. Значение миссии организации. Требования, предъявляемые к

миссии. Цели организации, цели менеджмента, цели менеджеров, их соотношение, взаимосвязь, взаимовлияние. Цель как интегрирующий фактор в менеджменте. Соотношение целей и средств в процессе менеджмента. Требования к целям. Классификация целей менеджмента. Методологические основы определения целей менеджмента (моделирование целей менеджмента). Метод структуризации целей, «дерево целей». Управление по целям и результатам: понятие и характеристика систем управления по целям и результатам.

1.5. Функции менеджмента

Понятие и природа функций менеджмента, их роль и место в теории и практике. Классификация функций менеджмента. Общие функции, менеджмента: планирование, организация, координация, учет, контроль, анализ, мотивация. Их особенности, состав и содержание. Интегрирующая роль общих функций менеджмента. Конкретные функции менеджмента. Взаимосвязь общих и конкретных функций. Соотношение функций на различных уровнях системы менеджмента организации. Централизация и концентрация функций управления. Изменение состава и содержания функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.

1.6. Мотивация как функция менеджмента

Потребности и интересы как основа мотивации. Понятие и роль мотивации в менеджменте. Классификация мотивов. Содержательные и процессуальные теории мотивации: пирамида А. Маслоу, теория Д. Мак Клелланда. Двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга, теория «Х» и «У» Д. Мак Грегора, теория ожиданий В. Врума, теория справедливости, комплексная модель мотивации Портера - Лоулера. Их характеристика. Особенности применения теорий мотивации в практике российского менеджмента. Формы мотивации в российских организациях.

1.7. Стратегический менеджмент как концепция управления

Причины возникновения и сущность концепции стратегического менеджмента. Стратегия и тактика менеджмента: понятие, соотношение и соответствие. Разработка стратегии и ее согласование с возможностью тактических решений. Определение миссий и целей организации. Стратегический анализ. Модель «пяти сил» М. Портера. SWOT – анализ. Разработка стратегических альтернатив. Разновидности стратегии в менеджменте организации. Формирование портфеля стратегий. Основные факторы, определяющие выбор стратегических альтернатив. Реализация стратегии. Стратегический контроль.

1.8. Организационные структуры управления

Понятие «организационная структура управления». Основные элементы организационной структуры управления: звенья, ступени и связи. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Централизация и децентрализация управления. Сущность делегирования полномочий и ответственности. Генезис структур управления. Основные виды организационных структур управления, их характеристика и условия применения. Жесткие и гибкие организационные структуры управления, иерархические и органические

организационные структуры управления. Формальные и неформальные организационные структуры управления. Факторы, влияющие на формирование и развитие организационных структур управления. Анализ организационной структуры управления: цели, задачи и направления анализа. Проектирование организационной структуры управления: порядок и методы проектирования, показатели, используемые при проектировании, основные критерии формирования структурных подразделений в организационной структуре управления. Направления совершенствования организационных структур управления хозяйственных организаций.

1.9. Менеджмент как процесс

Понятие «процесс менеджмента». Операции процесса менеджмента. Свойства и характеристики процесса менеджмента. Содержание процесса менеджмента. Основные этапы процесса менеджмента. Взаимосвязь и взаимодействие этапов менеджмента: цель, ситуация, проблема, решение. Типы процесса менеджмента, условия их использования и влияние на организацию менеджмента. Взаимосвязь структуры и процесса менеджмента. Принципы организации и осуществления процесса менеджмента. Пути совершенствования процесса менеджмента.

1.10. Решения в процессе менеджмента

Понятие «управленческое решение». Сущность и особенности управленческих решений. Их роль и место в процессе менеджмента. Классификация управленческих решений. Требования к управленческому решению. Методология разработки, принятия и реализации управленческих решений. Схема разработки, принятия и реализации управленческих решений. Факторы, определяющие эффективность и качество управленческих решений. Групповые формы разработки и принятия управленческих решений. Организация разработки, принятия и реализации управленческих решений.

1.11. Управленческий персонал в процессе менеджмента

Человеческий потенциал менеджмента: понятие, сущность и роль в менеджменте. Понятия: «управленческий персонал», «кадры управления», «управленческие работники», «работники аппарата управления», «управляющие», «менеджеры». Роль управленческого персонала в менеджменте организации. Превращение управленческого персонала в человеческий капитал. Качество управленческого персонала. Подходы к классификации управленческого персонала. Характер, содержание и особенности труда различных категорий управленческого персонала. Требования, предъявляемые к управленческому персоналу. Условия и показатели результативной деятельности управленческого персонала. Структура и численность работников аппарата управления и тенденции их изменения.

1.12. Лидерство и стиль в менеджменте

Понятие «лидерство». Природа лидерства. Лидер: его качества и функции. Лидерство и менеджмент. Менеджер и лидер. Формальное и неформальное лидерство. Эволюция теории лидерства. Современные теории лидерства и их характеристика. Роль лидерства в повышении эффективности менеджмента. Проявление лидерства в

стиле менеджмента. Стиль менеджмента: понятие и сущность. Типология стилей менеджмента. Континуум стилей руководства. Факторы, влияющие на стиль менеджмента. Стиль работы и стиль руководства менеджера. Параметры оценки стиля менеджмента. Основные типы стилей менеджмента и их характеристика. Тенденции развития стиля менеджмента.

1.13. Групповая динамика

Понятие и природа групп. Причины создания групп. Виды групп и их характеристика. Основные и ситуационные характеристики групп. Групповая сплоченность. Факторы влияющие на групповую сплоченность. Ролевое взаимодействие в рабочей группе. Групповые процессы. Лидерство в группе. Формальные и неформальные группы: понятие, характеристика, взаимодействие. Потенциальные преимущества и недостатки групповой работы. Групповое единomyслие: понятие, симптомы. Взаимодействие человека и группы. Команды в современных организациях. Модель развития команды Дж. Катценбаха и Д. Смита. Управленческая команда и ее роль в процессе менеджмента. Условия и факторы эффективности групповой работы.

1.14. Организационная культура

Понятие «организационная культура». Роль организационной культуры в повышении эффективности деятельности организации. Содержание организационной культуры. Основные характеристики, параметры, функции и элементы организационной культуры. Типология организационной культуры. Сильная и слабая организационная культура. Факторы определяющие организационную культуру. Руководитель и организационная культура. Управление формированием, поддержанием и изменением организационной культуры: возможность и необходимость, процесс управления и его особенности, принципы и методы управления.

1.15. Управление производством

Управление производством: сущность и содержание. Системный подход к управлению производством. Производственная структура предприятия. Проектирование продукции и производственного процесса. Проектирование производственных мощностей и предприятий. Организация производства: суть и форма. Управление развитием производства. Оперативное управление производством: принципы, организация, функции. Особенности управления развитием производства в Японии. Оценка и факторы повышения эффективности производства и производственной деятельности. Производственный процесс и его технологическое обеспечение. Современные производственные системы. Инвестиционная деятельность предприятия и управление производством. Организация зарубежной производственной деятельности.

Список рекомендуемой литературы:

1. Абчук, В. А. Менеджмент: теоретические основы : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 320 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17080-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532356> (дата обращения: 03.10.2023).
2. Будович, Л. С. Принципы и особенности командообразование : учебно-методическое пособие / Л. С. Будович, О. Ю. Николаева, Ю. В. Старцева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 101 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/265832> (дата обращения: 03.09.2023).
3. Волконская, А. Г. Управление персоналом: методические указания / А. Г. Волконская, О. И. Курлыков, М. Н. Купряева ; Самарский государственный аграрный университет. — Самара : СамГАУ, 2023. — 28 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/355793> (дата обращения: 09.10.2023).
4. Голубков, Е. П. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2022. — 249 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490620> (дата обращения: 05.09.2023).
5. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2022. — 566 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488680>. (дата обращения: 09.10.2023).
6. Малюк, В. И. Современные проблемы менеджмента: учебное пособие для вузов / В. И. Малюк. — Москва : Юрайт, 2022. — 195 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492199> (дата обращения: 19.09.2023).
7. Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07558-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492203> (дата обращения: 13.09.2023).
8. Менеджмент : учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.] ; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17696-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533555> (дата обращения: 09.10.2023).
9. Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Юрайт, 2022. — 448 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489310> (дата обращения: 08.10.2023).
10. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2022. — 384 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492480> (дата обращения: 09.10.2023).
11. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2022. — 313 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492481> (дата обращения: 09.10.2023).

12. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16616-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531381> (дата обращения: 08.10.2023).

13. Рудзей, Г. Ф. Системы менеджмента качества : учебное пособие / Г. Ф. Рудзей ; Сибирский государственный университет путей сообщения. — Новосибирск : СГУПС, 2023. — 120 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/356285> (дата обращения: 09.10.2023).

2. МАРКЕТИНГ

2.1. Понятие и организация маркетинга

Определение маркетинга, маркетинг как концепция и функция управления. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Этапы развития и концепции маркетинга. Современная концепция маркетинга. Цели маркетинга и функции маркетинга. Сравнительный анализ понятий микромаркетинг, макромаркетинг, мегамаркетинг. Причины создания службы маркетинга на действующей фирме. Трудности внедрения маркетинга на российском рынке. Маркетинговая информационная система, виды информации. Принципы организации службы маркетинга. Понятие латерального маркетинга, маркетинга отношений и других видов маркетинга. Роль маркетинга в стратегическом планировании компании. Аналитический и активный аспекты маркетинговой деятельности фирмы. Понятие и характеристика стратегического, тактического и оперативного маркетинга. Формирование корпоративной культуры.

2.2. Маркетинговая среда фирмы

Понятие и виды маркетинговой среды. Внутренняя и внешняя микросреда маркетинга. Понятие и основные типы контактных аудиторий. Факторы макросреды маркетинга. Понятие и виды конкуренции. Типы конкурентов. Модель пяти конкурентных сил М. Портера. Конкурентные силы поставщиков и покупателей. Понятие конкурентной ситуации, конкурентного поведения. Понятие конкурентной борьбы, конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности товара, конкурентоспособности фирмы.

2.3. Спрос как объект маркетинга

Понятия нужда, потребность. Понятие потребности, типология потребностей и покупателей. Потребительский выбор, мотивация покупки и моделирование поведения потребителя. Основные факторы, влияющие на поведение индивидуальных покупателей. Цели исследования поведения покупателей. Мотивация потребностей, ее значение для маркетинга. Модели покупательского поведения. Побудительные мотивы и их виды. Теории мотивации потребительского поведения. Понятие спроса и факторы его формирования, закономерности и виды спроса. Понятие и методы изучения эластичности спроса. Стратегии охвата рынка. Основные закономерности спроса:

зависимость спроса от цен, зависимость спроса от дохода. Парадоксы спроса. Понятие конъюмеризма, суверенитет потребителя.

2.4. Понятие стратегического и операционного маркетинга

Цели и задачи стратегического маркетинга. Процесс стратегического маркетингового планирования: его основные этапы. Методы анализа внутренней и внешней среды. Анализ продуктового портфеля, SWOT-анализ.

2.5. Стратегия и миссия компании: сходства и различия.

Маркетинговый аудит: определение, цели, структура. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии и функциональные стратегии. Стратегические матрицы. Сегментация: понятие, цели, методы. Признаки сегментации рынка и условия ее эффективности. Позиционирование как необходимый элемент создания имиджа товара. Репозиционирование. Роль операционного маркетинга в деятельности компании.

2.6. Товарный маркетинг

Понятие и свойства товара. Уровни товара. Классификация товаров по товарной специализации, циклу потребления и другим критериям. Основные товарные стратегии. Понятие и параметры качества товара. Комплекс качества. Потребительские представления о качестве товара. Основные понятия ассортиментной политики фирмы. Понятие и виды марок. Марка как интеллектуальный продукт. Различия понятий «марка» и «бренд». Основные марочные стратегии. Основные понятия товарной и инновационной политики в маркетинге (новый товар, виды новых товаров, уровни разработки товара, виды и методы тестирования). Жизненный цикл рынка товарной категории (марки) как фактор и результат маркетинговых действий, маркетинговые индикаторы различных стадий ЖЦТ.

2.7. Ценовой маркетинг

Понятие и функции цены. Классификация и структура цен. Стратегическая роль цены в маркетинге и этапы маркетингового ценообразования. Производственные факторы маркетинга ценообразования. Спрос как фактор ценообразования. Понятие и методы изучения эластичности спроса. Влияние на фирменное ценообразование степени конкурентности рынка, перекрестной эластичности цен. Характеристики продукта как фактор маркетингового ценообразования. Управляемость в канале товародвижения и государственный контроль как факторы маркетингового ценообразования. Виды ценовых стратегий и тактических приемов по адаптации цены. Затратные методы маркетингового ценообразования и нижний порог цены. Методы ценообразования, ориентированные на рынок.

2.8. Сбытовой маркетинг

Понятие товародвижения и торгово-сбытовой логистики, основные функции сбытового маркетинга. Роль посредников в системе сбыта, виды посредников по наличию права собственности на товар, по функциональным особенностям. Понятие канала товародвижения, его основные характеристики и типы. Стратегии роста

влияния фирмы в канале товародвижения. Стратегии сбыта по принципу выбора клиентов, по способу привлечения клиентов. Основные этапы сбыта компании. Формы контроля и стимулирования работы посредника. Формы сотрудничества уровней канала товародвижения. Понятие конвенциональных и координированных каналов товародвижения.

2.9. Маркетинговые коммуникации

Понятие и формы продвижения товара на рынок. Коммуникационные каналы и позиционирование товара. Push- и pull-коммуникации. Понятие «инфляции внимания». Понятие точек контакта. Субъекты и объекты рекламной деятельности. Рекламные носители и формы рекламы. Использование в рекламе основных элементов теории массовой коммуникации. Виды рекламных кампаний (по целям, силе рекламного воздействия, по объектам, по носителям, по степени охвата рынка, территориально-географическим признакам, срокам реализации). Принципы формирования рекламного бюджета. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.

2.10. Маркетинговые исследования

Понятие маркетингового исследования, цели, задачи и этапы проведения маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в информационно-аналитическом обеспечении управленческих и регулирующих функций маркетинга. Процесс планирования маркетингового исследования. Причины проведения маркетинговых исследований. Выборочный метод получения информации о потребителях. Обеспечение репрезентативности выборочной информации. Формы получения информации о потребителях. Экспертные исследования. «Кабинетное» и «полевое» исследования.

Список рекомендуемой литературы:

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401> (дата обращения: 10.10.2023).

2. Кочеткова, А. И. Социально-психологические основы организационного поведения : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 6-е издание. — Москва : Юрайт, 2023. — 481 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/533995>. (дата обращения: 17.10.2023).

3. Малетин, С. С. История рекламы и связей с общественностью : практикум / С. С. Малетин ; Сибирский государственный университет путей сообщения. — Новосибирск : СГУПС, 2023. — 34 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/356222> (дата обращения: 15.09.2023).

4. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531182> (дата обращения: 17.10.2023).

5. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511294> (дата обращения: 12.09.2023).

6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019> (дата обращения: 15.10.2023).

7. Овсянников, А. А. Стратегический и операционный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533633> (дата обращения: 11.10.2023).

8. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513383> (дата обращения: 10.10.2023).

9. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Юрайт, 2023. — 447 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/533987> (дата обращения: 15.09.2023).

3. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1. Основные фонды предприятия

Сущность и структура основных фондов. Оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Анализ состояния и использования основных фондов. Анализ причин морального и физического износа основных фондов. Анализ начисления амортизации и диагностика ее использования.

3.2. Оборотные средства предприятия

Понятие оборотных средств. Кругооборот оборотных средств. Состав и структура оборотных средств. Показатели уровня использования оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Анализ состояния запасов материальных ресурсов. Анализ эффективности использования материальных ресурсов.

3.3. Персонал предприятия и производительность труда

Трудовой потенциал предприятия. Структурная характеристика персонала. Определение потребности в персонале и планирование его численности. Коэффициенты учета движения кадров. Производительность труда, методы ее

измерения. Факторы роста производительности труда. Анализ производительности труда. Виды заработной платы. Анализ динамики заработной платы. Анализ эффективности стимулирования трудовых ресурсов. Системы оплаты труда.

3.4. Себестоимость продукции

Себестоимость продукции: сущность и структура. Аналитические группировки затрат. Состав и классификация затрат по элементам. Калькулирование себестоимости продукции. Анализ структуры затрат на производство и реализацию продукции. Анализ динамики затрат на производство и реализацию продукции. Затраты на 1 рубль продукции. Диагностика затрат на производство и реализацию продукции. Особенности анализа себестоимости продукции и издержек обращения в различных отраслях.

3.5. Производственные результаты деятельности предприятия

Характеристика производственных результатов деятельности организации. Анализ производственных результатов. Производственная программа, ее обоснованность и выполнение. Факторы, влияющие на результаты работы организации. Анализ использования производственных мощностей. Оценка качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

3.6. Результаты финансово – экономической деятельности организации

Общая характеристика эффективности деятельности организации. Диагностика прибыльности (рентабельности). Анализ деловой активности предприятия. Понятие экономической состоятельности организации. Анализ экономических результатов деятельности организации. Характеристика и анализ факторов, определяющих экономические результаты деятельности организации. Подходы к анализу и оценке риска деятельности организации. Характеристика и анализ финансовых результатов деятельности организации. Методика анализа финансового состояния организации. Диагностика банкротства.

Список рекомендуемой литературы:

1. Алексеева, М. Б. Теория систем и системный анализ : учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. – Москва : Юрайт, 2023. – 298 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/534105> (дата обращения: 15.09.2023).
2. Бычкова, С. Г. Статистика инвестиций : учебник и практикум для вузов / С. Г. Бычкова, Л. С. Паршинцева. – Москва : Юрайт, 2023. – 55 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533917> (дата обращения: 15.10.2023).
3. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством : учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. – Москва : Юрайт, 2023. – 212 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531854> (дата обращения: 15.09.2023).
4. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева. – 3-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 338 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/532754> (дата обращения: 13.09.2023).

5. Долганова, О. И. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. – 2-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 322 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533957> (дата обращения: 15.09.2023).

6. Инвестиционная региональная политика : учебник для вузов / под редакцией Л. Э. Лимонов. – 3-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 177 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533459> (дата обращения: 12.10.2023).

7. Курмаева, И. С. Оценка и управление стоимостью предприятия : методические указания / И. С. Курмаева, Т. А. Баймишева ; Самарский государственный аграрный университет. – Самара : СамГАУ, 2023. – 48 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/355754>. – Текст : электронный.

8. Невская, Н. А. Планирование и прогнозирование социально-экономических процессов : учебник и практикум для вузов / Н. А. Невская. – 3-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 297 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533990> (дата обращения: 15.09.2023).

9. Статистика : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. И. Елисеева. – 4-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 388 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533637> (дата обращения: 15.09.2023).

10. Теория региональной экономики и пространственного развития : учебник для вузов / под редакцией Л. Э. Лимонов. – 3-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 326 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533598> (дата обращения: 13.09.2023).

11. Теслова, С. А. Организация и планирование производства : методические указания к курсовой работе / С. А. Теслова, С. В. Сухарева ; Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет. – Омск : СибАДИ, 2023. – 51 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/353741> (дата обращения: 15.09.2023).

12. Ундиус, В. А. Основы антикризисного управления сельскохозяйственной отрасли с позиций социо-эколого-экономического подхода : монография / В. А. Кундиус, О. В. Сергиенко ; Омская гуманитарная академия. – Омск : ОмГА, 2023. – 136 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/355436> (дата обращения: 15.10.2023).

13. Экономика предприятия: практический курс : учебник и практикум для вузов / под редакцией С. П. Кирильчук. – 2-е издание. – Москва : Юрайт, 2023. – 492 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/532572> (дата обращения: 15.09.2023).

КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОЦЕНОК

Вступительное испытание оценивается по стобальной шкале:

86 и более баллов – глубокое знание вопроса, аргументированное и логическое изложение материала, умение свободно применить знания для анализа конкретных ситуаций, профессиональных проблем.

61-85 баллов – твердые знания вопроса, аргументированное изложение материала, умение в большинстве случаев применить знания для анализа конкретных ситуаций, профессиональных проблем.

21-60 баллов – знание основных аспектов вопроса, умение в отдельных случаях применить знания для анализа конкретных ситуаций, проблем.

Менее 20 баллов – отсутствие знаний по основным аспектам вопроса и умений применить знания для анализа конкретных ситуаций, профессиональных проблем.

Декан факультета экономики
и информационных технологий

О.В. Тупицына