

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

« _____ »



**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

2017 год

Раздел 1. История становления и роль консультационной деятельности в экономике и управлении предприятиями.

Потребность организаций и предприятий в управленческом консультировании. История развития управленческого консультирования за рубежом и в России. Проблемы и перспективы развития управленческого консультирования. Бизнес-образование и управленческое консультирование. Подготовка консультантов по управлению.

Раздел 2. Понятие и типология консультационной деятельности

Понятия консультации, консультирования и консалтинга: сущность, отличие и взаимосвязь. Профессиональный подход к управленческому консультированию. Внутренний и внешний консалтинг. Комплексный и специализированный консалтинг. Нормативные консультации (экономические, правовые, организационно-технические), консультирование проекта (в области орг. структур, персонала и пр.), консультирование процесса (целеполагания, организационного развития, лидерства, организационной культуры и пр.).

Раздел 3. Методология, методика и организация консультирования.

Подходы, лежащие в основе методологии консультирования: ситуационный, системный, процессный, проектный. Методы консультирования: документирование, орг. диагностика (общая и частная), расчеты, информирование, обучение, групповая работа, игровые и тренинговые методы, проблемные семинары, сценарный метод, рефлексивный метод и т.д. Методика и организация различных форм консультирования: проблемно-ориентированного, целе-ориентированного, ценностно-ориентированного, личностно-ориентированного. Внешняя одиночная форма организации консультирования, временные консультационные группы, штатное консультирование.

Раздел 4. Процесс управленческого консультирования.

Сущность процесса консультирования. Стадии, этапы и фазы процесса управленческого консультирования. Содержание предварительной стадии. Предпроектная, проектная и послепроектная стадии. Процесс внедрения инноваций в ходе реализации консалтингового проекта.

Раздел 5. Организационная диагностика в процессе консультационной деятельности. Сущность организационной диагностики. Методы и методики организационной диагностики. Диагностическое интервью и наблюдение. Отчет по организационной диагностике.

Раздел 6. Особенности профессии консультанта по управлению.

Управленческое консультирование как вид профессиональной деятельности. Особенности работы консультанта. Формы организации труда консультанта. Требования к образованию и опыту профессиональной деятельности консультанта. Различия в требованиях к функциям и

профессионально-важным качествам консультантов в зависимости от типов консультирования: внутренне и внешнее консультирование, общее и специализированное консультирование, консультирование в области методологии управления и методики решения управленческих задач, индивидуальное и групповое консультирование. Консультанты по процессу, по ресурсам, по системам. Ролевые позиции в зависимости от функций консультанта: эксперт, аудитор, разработчик, советник, преподаватель, инноватор и т.д. Отличие тренера и консультанта.

Раздел 7. Предпринимательство в области консультирования, консультационные фирмы. Типы консультационных фирм. Организация деятельности консультационной фирмы. Психология построения консультант-клиентских отношений. Типология клиентов. «Система клиента». Маркетинг консультационных услуг.

Раздел 8. Экономические факторы консультационной деятельности. Консультационные услуги как продукт труда консультанта. Оценка эффективности консультационных услуг. Стоимость консультационных услуг. Оплата и формы вознаграждения консультантов.

Раздел 9. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга

Понятие маркетинга. Основные функции маркетинга. Принципы маркетинга. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга, эволюция содержания и форм маркетинга. Эволюция концепций маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, традиционного маркетинга, социально-этического маркетинга. Маркетинг взаимодействия как современный этап развития маркетинга. Типы, виды и формы маркетинга. Маркетинговая макро- и микросреда и ее составляющие. Элементы комплекса маркетинга. Процесс маркетинга.

Раздел 10. Маркетинговые исследования

Информация как основа для принятия маркетинговых решений. Виды информации (первичная и вторичная). Цели и принципы построения маркетинговой информационной системы. Полевые и кабинетные исследования: характерные особенности, методы, сферы и возможности использования. Основные этапы процесса маркетингового исследования.

Раздел 11. Сегментация и позиционирование в маркетинге

Понятие сегмента. Виды сегментации. Критерии сегментации. Процесс сегментации рынка. Ёмкость сегмента. Понятие позиционирования. Основания для позиционирования товара. Принципы позиционирования.

Раздел 12. Товар и товарная политика в маркетинге

Понятие товара. Общая характеристика товара. Модели товара: трёх- и четырёхуровневые модели Ф.Котлера, многоуровневая модель В. Благоева,

континуум товар-услуга, многокритериальная модель Ж.-Ж. Ламбена. Понятие качества товара с точки зрения потребителя и производителя. Понятие жизненного цикла товара (ЖЦТ). Концепция ЖЦТ и её значение. Основные этапы ЖЦТ.

Понятие нового товара. Уровни новизны товара. Понятие товарного ассортимента и товарной номенклатуры. Марка, марочное имя, марочный знак, марка производителя, марка посредника. Атрибуты марки. Понятие фирменного стиля. Понятие товарной политики, стратегии, тактики.

Раздел 13. Ценовая политика

Назначение цены в маркетинге. Цели ценообразования. Информация, необходимая для принятия решения по ценам. Формирование ценовой политики как элемента комплекса маркетинга. Понятие ценовой стратегии и тактики, их значение.

Раздел 14. Сбытовая политика

Роль системы сбыта в комплексе маркетинга. Процесс сбыта товаров. Субъекты сбыта. Задачи системы сбыта товаров: стратегические и тактические. Роль посредника в доведении товаров до потребителя. Прямые и косвенные каналы сбыта. Типы каналов распределения по количеству маркетинговых посредников (интенсивное, селективное, эксклюзивное распределение). Организация товародвижения.

Раздел 15. Коммуникационная политика

Понятие и значение маркетинговых коммуникаций. Инструменты маркетинговых коммуникаций: основные (реклама, мероприятия по связям с общественностью, личные продажи, стимулирование сбыта) и синтетические (ярмарки и выставки, спонсорство). Комплекс маркетинговых коммуникаций. Цели маркетинговых коммуникаций.

Раздел 16. Управление маркетингом

Сущность планирования маркетинга. Основные этапы маркетингового планирования. Место плана маркетинга в системе планов предприятия. Организация маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга: функциональная, товарно-функциональная, товарно-рыночная, управление по проекту, матричная и др. Контроль и его виды в маркетинге.

Раздел 17. Методологические основы менеджмента.

Предмет, объект, цели и задачи менеджмента. Законы и закономерности менеджмента. Принципы менеджмента. Понятие и содержание методов менеджмента. Классификация методов менеджмента. Научные подходы к менеджменту.

Раздел 18. Организация как объект менеджмента

Определение и развитие понятия “организация”. Основные характеристики организаций. Классические и современные принципы организаций. Законы организаций. Классификаций организаций. Внутренняя среда организации. Внутренние переменные организации: цели, структура, задачи, технологии, люди. Взаимосвязь внутренних переменных. Основные группы функциональных процессов в организации. Внешняя среда организации. Значение внешней среды в бизнесе. Определение и характеристики внешней среды. Среда прямого воздействия (микросреда, непосредственное деловое окружение). Среда косвенного воздействия (макросреда, общее внешнее окружение). Взаимосвязанность факторов внешней среды.

Раздел 19. Менеджмент и менеджеры

Управленческий труд и его специфика. Уровни управления в организации. Классификация управленческих работников. Менеджер и предприниматель: общее и отличие. Содержание труда менеджера: функции менеджера. Роли менеджера. Требования, предъявляемые к менеджеру. Имидж менеджера.

Раздел 20. Планирование как функция управления

Сущность планирования. Методы и организация планирования. Стратегическое планирование и стратегия. Типы стратегий и методика стратегического планирования. Процесс стратегического планирования и внедрение его результатов. Смысл и назначение текущего планирования. Особенности текущего планирования. Препятствия на пути текущего планирования.

Раздел 21. Организация как функция менеджмента

Разделение труда – основа организационных отношений. Департаментализация и кооперация. Единоначалие и норма управляемости. Управленческие полномочия: понятие, типы. Правила делегирования полномочий. Концепции делегирования полномочий. Процесс делегирования полномочий. Эффективная организация распределения полномочий. Правила преодоления барьеров нежелания передавать и/или принимать полномочия. Централизация и децентрализация. Роль координации в организационном процессе.

Раздел 22. Организационные структуры менеджмента

Понятие и принципы построения организационных структур управления. Эволюция организационных структур управления. Механистические организационные структуры управления. Органические организационные структуры управления. Виды организационных структур управления. Типы организаций: по взаимодействию с внешней средой, по

взаимодействию подразделений, по взаимодействию с человеком, новые типы организаций.

Раздел 23. Мотивация как функция в менеджменте

Теория мотивации и ее место в процессе активизации деятельности. Концепции стимулирования. Типы вознаграждения и их влияние на мотивационное поведение человека. Мотивационный процесс. Теории содержания мотивации. Теория иерархии потребностей Маслоу. Теория Альдерфера. Теория приобретенных потребностей МакКлеланда. Теория двух факторов Герцберга. Теории процесса мотивации. Теория ожидания. Теория постановки целей. Теория равенства. Концепция партисипативного управления.

Раздел 24. Контроль как функция менеджмента

Сущность и смысл контроля. Необходимость контроля. Классификация и основные типы контроля. Виды управленческого контроля. Процесс управления и управление по отношению. Барьеры в сопротивлении контролю. Принципы эффективного контроля.

Раздел 25. Коммуникации в менеджменте

Виды коммуникаций. Коммуникационный процесс. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили. Требования к эффективным коммуникациям.

Раздел 26. Решения в менеджменте

Природа и характеристика управленческого решения. Классификация управленческих решений. Модели принятия решений. Подходы к принятию решений. Процесс принятия решений. Методы и способы принятия решений. Требования к обеспечению качества и эффективности управленческих решений.

Раздел 27. Руководство как всеобщая функция управления

Понятие руководства. Подходы к руководству людьми. Власть и влияние: общее понятие. Основные типы власти. Источники власти в организации. Формы и методы влияния. Самоуправление в системе управления и его формы. Тенденции развития самоуправления в системе управления

Раздел 28. Управление человеком и управление группой

Определение и общие характеристики группы. Классификация групп и причины их образования. Управление неформальной группой. Стадии группового развития. Факторы, влияющие на эффективность группы. Индивид и группа. Модель взаимодействия человека и группы. Обучение при вхождении в организацию. Усвоение норм и ценностей организации. Научение поведению в организации.

Раздел 29. Лидерство в системе менеджмента

Природа и определение понятия лидерства. Содержание понятия лидерства в управлении организацией. Подходы к изучению лидерства. Традиционные концепции лидерства. Теория лидерских качеств. Концепции лидерского поведения. Концепции ситуационного лидерства. Континуум лидерского поведения Танненбаума-Шмидта. Модель ситуационного лидерства Фидлера. Модель ситуационного лидерства Херсея и Бланшарда. Модель лидерства “путь-цель” Хауза и Митчелла. Модель ситуационного лидерства Стинсона-Джонсона. Ситуационная модель принятия решений Врума-Йеттона-Яго. Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства. Новое в теориях лидерства. Концепция атрибутивного лидерства (причинно-следственный подход к изучению лидерства). Концепция харизматического лидерства. Концепция преобразующего лидерства, или лидерство для изменений.

Раздел 30. Конфликты в менеджменте

Понятие организационного конфликта. Виды организационных конфликтов и причины их возникновения. Уровни конфликта в организации. Функции конфликтов и формы их разрешения. Модель процесса конфликта. Управление конфликтами. Использование конфликтов в менеджменте.

Литература

1. Багиев, Г. Л. , Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учебник . СПб: Питер, 2012. 567 с.
2. Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика / Т. А. Гайдаенко. М.: Эксмо: Мирбис, 2005. 475 с.
3. Кашин В. К. Прикладное консультирование. Учебно-практическое пособие - М.: Евразийский открытый институт, 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.biblioclub.ru/book/90326/
4. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент: учебник. СПб: Питер, 2012. 814 с.
5. Коуп М. 7 основ консалтинга / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 336 с.
6. Лабутин К.М. Управленческое консультирование: менеджмент-консалтинг - М.: Лаборатория книги, 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/88750/>
7. Липпит Г., Липпит Р. Консалтинговый процесс в действии / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 208 с.
8. Менеджмент Учеб. Пособие (гриф)//Л.Е. Басовский.-М.: ИНФРА-М, 2010.
9. Менеджмент учеб. Пособие(гриф)//Под ред. Короткова Э.М. – М.: ИНФРА-М, 2010.
10. Менеджмент XXI века: когда-нибудь мы все будем так управлять Пер. с англ.// Под ред. С. Чоудхари,-М.: ИНФРА-М, 2009г. Теория управления

учеб.пособие (гриф)// Л.А.Бурганова.-4-е изд., перераб. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2009.

11. Мескон М. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2009. – 672 с.

12. Основы менеджмента Учеб. пособие (бакалавриат (гриф))//Всероссийская академия внешней торговли; Под ред. В.И. Королева.- М.: Магистр, 2008.

13. Основы менеджмента Учеб. пособие (гриф)// А.П.Балашов.– М.: Вузовский учебник, 2009.

14. Основы управленческого консультирования. 3-е изд., перер; Лапыгин Ю.Н.; Академический проект. 2009. - 352 с.

15. Основы управленческого консультирования. 3-е изд., перер; Лапыгин Ю.Н.; Академический проект 2006, 352 с.

16. Панкрухин А. П. Маркетинг: учебник / А. П. Панкрухин. М.: Омега-Л, 2006. 655 с.

17. Практический менеджмент Учеб. пособие// Под ред. Э.М.Короткова.- М.: ИНФРА-М, 2010.

18. Расиел И.М. Метод McKinsey. Использование техник ведущих стратегических консультантов для решения личных и деловых задач. Издательство «Альпина Диджитал». 2012

19. Токмакова Н. О.Менеджмент-консалтинг. Учебно-методический комплекс - М.: Евразийский открытый институт, 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/90378/>

20. Управление организацией Учебник (гриф)//Государственный университет управления; Под ред. А.Г.Поршнева и др.; 2-е изд., Перераб и доп.-М.: ИНФРА-М, 2009.

21. Управленческое консультирование. Введение в профессию. 4-е изд ; Под ред. М. Кубра. М.: Планум, 2005.

22. Управленческое консультирование. Введение в профессию. 4-е изд ; Под ред. М. Кубра. М.: Планум, 2004.

23. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. СПб: Питер, 2008. 368 с.

24. Э. де Хаан. Бесстрашный консалтинг. Искушения, риски и ограничения профессии. – СПб.: Питер, 2008. – 272 с.

Вступительное испытание проводится в форме тестирования.

В ходе тестирования абитуриенту предлагается 25 вопросов.

Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла

Неверный ответ – 0 баллов

Продолжительность тестирования – 90 мин.

Максимальное количество баллов -100