

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «МЭИ»**

**«Утверждаю»**

**Директор**

**Невский А.Ю.**

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ  
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ**

**Направление подготовки:**

**38.04.02 - Менеджмент**

**Москва-2022**

## 1. Содержание теоретических разделов

1. Общая характеристика воззрений представителей школы научного управления
2. Общая характеристика воззрений представителей школы административного управления
3. Общая характеристика воззрений представителей школы человеческих отношений
4. Понятие рынка, классификация рынков. Типы рынков
5. Виды отраслевых рынков и их границы
6. Основные цели, задачи и принципы маркетинга
7. Понятие «государственное управление»: сущность и содержание
8. Система органов государственной власти федерального уровня
9. Структура и функции правительства РФ
10. Характеристика важнейших функций менеджмента
11. Основные нововведения школы человеческих отношений с позиции менеджмента
12. Основные положения вклада Нобелевского лауреата Л.В. Конторовича в формирование современных моделей управления
13. Сущность вклада П.Друкера и Т.Питерса в развитие мировой управленческой мысли
14. Суть современной модели организации и управления в соответствии с системным подходом Г. Клейнера
15. Факторы внешней маркетинговой среды: STEP-факторы (PEST-факторы)
16. Факторы внешней микросреды маркетинга: покупатели, конкуренты, поставщики, партнеры и т.д.
17. Факторы внутренней среды маркетинга. Ключевые факторы успеха (КФУ) организации
18. Организационная структура государственного управления: централизация, контроль и механизмы управляющего воздействия

19. Центральные и местные органы власти и управления: формы и механизм взаимодействия

20. Особенности федеративного устройства Российской Федерации. Административно-территориальное деление государства

21. Особенности федеративного устройства Российской Федерации.

Административно-территориальное деление государства

22. Цель и функции управления человеческими ресурсами

23. Основные факторы, определяющие стратегию управления человеческими ресурсами

24. Жизненный цикл организации и управление человеческими ресурсами

25. Цель и функции управления человеческими ресурсами

26. Основные факторы, определяющие стратегию управления человеческими ресурсами

27. Жизненный цикл организации и управление человеческими ресурсами

28. PR – отношения с общественностью. Цели, задачи, функции, методы

29. Формирование человеческих ресурсов. Динамика численности населения: демографический аспект

30. Особенности маркетинга на промышленном рынке

31. Типы воспроизводства населения, их характеристика. Особенности современного этапа воспроизводства населения

31. Цена – как фактор позиционирования организаций на международных рынках

32. Классификация методов управления человеческими ресурсами

33. Организация оплаты труда: подходы и механизмы в современных условиях

34. Управление служебно-профессиональным продвижением персонала

35. Развитие персонала. Программы по развитию и эффективному использованию персонала организации

36. Оценка эффективности инвестиционного проекта.

37. Выбор оптимальной варианта инвестирования.

## **2. Содержание практических заданий**

*Практические задания сводятся к анализу и подготовке управленческих решений. В ходе собеседования испытуемому будут предложены следующие ситуационные задания:*

1. Рассчитать коэффициент эластичности спроса в зависимости от изменения цены единицы продукции для оценки возможной величины продаж при условии роста цены на 1%.

2. Проанализировать изменение производительности труда в натуральных и стоимостных показателях и обозначить факторы, повлиявшие на изменение результативного показателя.

3. Рассчитать заработок работника, находящегося на сдельной оплате труда и оценить потери организации от наступления форс-мажорных обстоятельств.

4. Определить численность трудовых ресурсов города, субъекта федерации и т.д.

5. Рассчитать эффективность инвестиционного проекта и оборачиваемость денежных средств компании.

## **3. Литература (НТБ НИУ «МЭИ»)**

1. Парахина, В. Н. Теория организации : учебник по специальности "Менеджмент организации" / В. Н. Парахина, Т. М. Федоренко, Е. Ю. Шацкая . – 6-е изд., перераб. . – М. : КноРус, 2017 . – 360 с.

2. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Романенкова, С. П. Азарова, И. К

Захаренко, [и др.], Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации (ФГОБУ ВПО); общ. ред. О. Н. Жильцова. – Москва: Юрайт, 2021. – 315 с.

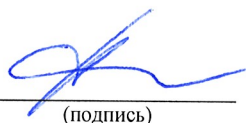
3. Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений: учебное пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация(степень)"бакалавр") / Е. В. Бережная, В. И. Бережной. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 384 с.

4. Меняев, М. Ф. Цифровое управление инновационными проектами: учебное пособие для бакалавриата по специальности 27.03.05 "Инноватика" / М. Ф. Меняев. – Санкт-Петербург : Питер, 2020. – 304 с.

5. Резник, С. Д. Организационное поведение: учебник для вузов по направлениям "Менеджмент" и "Управление персоналом" / С. Д. Резник. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 433 с.

**ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА:**

Заведующий кафедрой МЭП  
\_\_\_\_\_  
(название кафедры)

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Н.Л. Кетоева  
\_\_\_\_\_  
(расшифровка подписи)