Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УиВР

_____С.В. Щитов

«30» марта 2016 г.

ПРОГРАММА

для подготовки к вступительному испытанию в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа: Производственный менеджмент организаций АПК

Благовещенск
2016

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Программа вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент».

Вступительные испытания предназначены для определения теоретической и практической подготовленности поступающих в магистратуру абитуриентов и проводятся с целью определения соответствия знаний, умений и навыков требованиям обучения в магистратуре по направлению подготовки.

Вступительные испытания в магистратуру проводятся в письменной форме в виде теста. Каждый вариант заданий содержит два основных блока.

Первый блок (60 баллов) – задания в которых очевиден способ решения, усвоенный абитуриентом при изучении дисциплины. Необходимо указать один правильный ответ.

Второй блок (40 баллов) – задания в которых нет явного указания на способ выполнения, и абитуриент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Необходимо указать не менее двух правильных ответов. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Результаты вступительных испытаний оцениваются по 100-бальной шкале.

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Экономика

Понятие и ограниченность экономических ресурсов и их классификация. Факторы производства. Спрос и предложение товаров. Законы спроса и предложения. Человеческий фактор производства в рыночной экономике. Общие, средние и предельные издержки. Собственность как экономическая категория. Необходимость и способы разгосударствления и приватизации собственности. Производственные возможности экономики и их границы. Развитие экономической теории и ее современные направления. Сущность товарного производства: причины возникновения. Стоимость, полезность и рыночная цена товара. Деньги: их происхождение, сущность и функции денег. Сущность рынка, его субъекты, объекты, функции и структура. Инфраструктура рынка. Конкуренция –элемент рыночного механизма. Формы и методы конкурентной борьбы. Основные экономические проблемы современной экономики России. Понятие дохода и прибыли в рыночной экономике, ее образование и функции. Ценообразование на рынках факторов производства. Понятие национальной экономики, ее основные цели и структура. Основные макроэкономические показатели и сущность национального богатства страны. Труд и заработная плата. Проблемы

занятости и безработицы. Инфляция и антиинфляционная политика государства. Финансовая система. Налоги и фискальная политика государства.

Понятие, признаки и основные принципы деятельности предприятия. Классификация предприятий (организаций). Основные факторы и материально-технические ресурсы предприятия. Состав и показатели использования основных производственных фондов. Состав и показатели использования оборотных средств. Особенности труда и эффективность использования трудовых ресурсов предприятия. Производительность труда и система ее показателей. Экономическая природа производственных издержек, их виды и основные классификации. Методика исчисления уровня и структура себестоимости продукции. Валовая и товарная продукция предприятия. Рентабельность, её абсолютные и относительные показатели. Сущность, критерии и показатели эффективности производства. Доход и прибыль: функции и виды. Экономическая эффективность производства отдельного вида продукции. Ценообразование, виды цен и их структура в рыночных условиях. Методика экономической оценки инвестиций и инвестиционных проектов. Методы оценки экономической эффективности капитальных вложений. Инновации и научно-технический прогресс: направления и эффективность. Экономическая сущность, особенности и показатели расширенного воспроизводства на предприятии. Необходимость и основные методы государственного регулирования сельского хозяйства.

Раздел 2. Менеджмент

Менеджмент как управление социально-экономическими системами (организациями). Понятие менеджмента. Соотношение понятий управление и менеджмент. Управление как система. Особенности управления социально-экономическими системами. Цель, предмет и объект менеджмента как науки.

Природа управления и исторические тенденции его развития. Предпосылки возникновения менеджмента в древности и в средние века. Школы менеджмента в теории управления (школа научного управления, административная школа, школа человеческих отношений и поведенческих наук).

Зарубежные модели менеджмента. Национальные особенности менеджмента. Соотношение общего и специфического в развитии менеджмента. Характеристика американской, японской и европейской модели менеджмента: сходства и различия. Учет особенностей российского менеджмента при использовании зарубежного опыта.

Развитие менеджмента в России. Появление научного отношения к организации труда и управления в России на рубеже XIX-XX веков. Противники и сторонники тейлоризма в России. Развитие менеджмента в СССР (вклад в развитие управленческой мысли А.А. Богданова, О.Ерманского, А.К. Гастева, Ф.Р. Дунаевского, Д.М. Гвишиани и др.). Формирование современной российской модели менеджмента.

Организация как социально-экономическая система. Понятие организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Жизненный цикл организации. Виды организаций. Законы организаций. Организационная культура.

Методологические основы менеджмента. Научные подходы к менеджменту (системный, ситуационный, процессный, комплексный, интеграционный, маркетинговый и др.). Закономерности менеджмента. Принципы менеджмента. Методы менеджмента.

Целенаправленность управления. Миссия организации. Цели организации. Свойства и виды целей. Установление целей. Метод управления по целям.

Организация как функция менеджмента. Разделение деятельности в организации. Элементы организационной структуры управления. Типы организационных структур управления: их характеристика (линейная, функциональная, линейно-функциональная, линейно-штабная, проектная, матричная, дивизиональная).

Организационное проектирование в менеджменте. Организационные отношения в системе менеджмента. Факторы и формы организационного построения фирмы. Этапы проектирования организации и их характеристика.

Координация и контроль деятельности в организации. Координация и контроль как функции менеджмента. Факторы усложнения организационных взаимодействий. Способы координации деятельности. Типы контроля. Этапы контроля.

Мотивация деятельности в менеджменте. Понятие мотивации. Характеристика элементов мотивационного механизма. Теории мотивации (содержательные и процессные). Способы стимулирования работы персонала (экономические и неэкономические).

Технология разработки и реализации управленческих решений. Понятие управленческого решения. Классификация управленческих решений. Этапы и организация процесса разработки решений. Подходы к разработке и принятию решений.

Методы анализа, прогнозирования и экономического обоснования управленческих решений. Методы генерации идей. Метод цепных подстановок. Факторный анализ. Балансовые методы. Функционально-стоимостной анализ. Морфологический анализ. Методы экстраполяции. Параметрические методы. Экспертные методы. Метод сценариев.

Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Информация в системе управления. Этапы коммуникационного процесса. Коммуникационные сети. Препятствия обмену информацией и способы их преодоления. Деловое общение. Управление коммуникациями в организациях.

Личность и её развитие в организации. Соотношение и роль биологического и социального в структуре личности. Источники различий в характеристиках личности. Взаимосвязь между индивидуальным

восприятием, поведением, установками, ценностями. Черты характера и формы их проявления, ролевые поведения личности.

Групповая динамика. Понятие группы. Характеристики группы. Межгрупповое поведение. Формальные и неформальные группы. Преимущества и недостатки работы в группах. Эффективность деятельности рабочей группы. Управление групповой динамикой.

Кадры управления. Роль руководителя предприятия. Управленческий труд: понятие и особенности. Уровни управления в организации. Состав и структура аппарата управления организации. Характеристика качеств руководителя. Функции и роли руководителей в организации.

Лидерство и власть. Природа и определение понятия лидерства. Концепции лидерства: теории лидерских черт, теории лидерских стилей, ситуационные теории лидерства, психоаналитические теории лидерства, личностно-ситуационные теории лидерства, атрибутивные теории лидерства. Качества лидера как командного игрока. Власть и влияние, соотношение понятий. Виды власти. Классификация основ власти.

Экономические методы управления. Понятие экономического метода управления. Инструменты экономического механизма на уровне государства и предприятия. Ценообразование. Кредитование. Финансирование. Налоги. Хозрасчет. Планирование. Анализ хозяйственной деятельности. Распределение доходов и оплата труда.

Административные (организационно-распорядительные) методы управления. Понятие административного (организационно-распорядительного) метода управления. Меры организационного воздействия: организационное регламентирование, организационное нормирование и организационно-методическое инструктирование. Оперативно-распорядительное воздействие: распоряжения, приказы, указания, совещания.

Социально-психологические методы управления. Понятие социально-психологического метода управления. Меры социального воздействия: социальное планирование, анкетирование, интервьюирование, социометрический метод, наблюдение, собеседование и др. Психологическое воздействие: использование психологических качеств и свойств личности.

Стили управления в менеджменте. Понятие и характеристика стилей руководства. Управленческая решетка. Элементы управления (поведенческие элементы). Характеристика поведенческих действий менеджера. Дополнительные стили управления.

Командный менеджмент. Понятие управленческой команды. Уровни командообразования. Командообразование как условие формирования самообучающихся компаний. Типология управленческих команд. Мотивация сотрудников в консолидированной команде.

Управление конфликтами и стрессами в организации. Понятие конфликта. Типы конфликтов и их последствия. Этапы развития конфликтов. Методы разрешения конфликтов. Определение стресса и его происхождение.

Разновидности стресса. Факторы вызывающие стресс. Способы преодоления и предотвращения стрессов.

Самоменеджмент руководителя. Понятие самоменеджмента, правила и функции, знания и умения менеджера. Характеристика руководителя способного управлять собой. Принципы самоменеджмента. Тайм-менеджмент: понятие и основные рекомендации по рациональному распределению времени.

Организационная культура. Функции. Субъективные и объективные элементы организационной культуры. Имидж организации. Типы организационных культур и поведение менеджера.

Организационное поведение и национальная культура. Глобализация. Мультинациональные компании. Факторы, оказывающие влияние на организационную культуру. Транскультурная восприимчивость. Транскультурные менеджеры.

Деловой этикет и имидж менеджера. Мораль и этика. Этическая роль менеджера в организации. Этические обязанности власти и подчинения. Этика делового общения. Понятие имиджа. Процесс формирования имиджа менеджера.

Законы организации. Закон синергии, закон информированности-упорядоченности, закон самосохранения, закон единства анализа (синтеза), закон развития, законы композиции и пропорциональности, специфические законы социального развития.

Принципы организации. Принципы статической организации. Принципы динамической организации. Принципы рационализации.

Управление изменениями в организации. Причины и цели планируемых организационных изменений. Организационный диагноз и проведение изменений. Модели организационных изменений. Сопротивление организационным изменениям. Методы проведения организационных изменений.

Эффективность и качество управления. Основные показатели эффективности. Походы к расчету показателей. Экономико-статистические методы. Годовой экономический эффект от внедрения мероприятий. Анализ процесса управления организацией.

Стратегия предприятия. Понятие и сущность стратегии предприятия. Элементы стратегии. Виды стратегий и их характеристика: функциональные стратегии развития предприятия (организации), продуктовые стратегии. Характеристика этапов разработки стратегии. Стратегия организационного развития.

Стратегическое и оперативное управление. Понятие стратегического управления. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Методы стратегического управления. Характеристика оперативного управления. Сравнение стратегического и оперативного управления. Управление материальными запасами.

Раздел 3. Маркетинг

Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Понятие маркетинга. Базовые элементы маркетинга (нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок). Цели и задачи маркетинга. Концепции (подходы) в управлении маркетингом. Принципы и функции маркетинга. Маркетинг-микс.

Маркетинговая среда организации. Факторы макросреды организации: демографического, экономического, технического, политического, культурного характера. Внешняя микросреда: поставщики, маркетинговые посредники, потребители, конкуренты, контактные аудитории. Внутренняя микросреда фирмы.

Товар в маркетинговой деятельности. Товары, товарные марки, упаковка, услуги. Разработка товаров как объект управления. Товар и товарная единица. Основные классификации товаров. Определение товарной марки. Решение об использовании товарных марок. Процесс выбора товарной марки потребителем. Решения относительно упаковки товара. Стратегия разработки новых товаров.

Комплексное исследование товарного рынка. Понятие, принципы, типы и цель маркетинговых исследований. Этапы процесса маркетинговых исследований: определение проблемы и целей исследования, разработка плана исследований, реализация плана исследований, подготовка и презентация заключительного отчета. Методы получения первичной маркетинговой информации: наблюдение, эксперимент, опрос, беседа по телефону, анкетирование, личное собеседование.

Сегментация рынка и позиционирование товара. Определение принципов сегментации. Определение методов сегментации. Критерии сегментирования рынка. Выбор целевого рынка. Выбор целевого сегмента. Понятие позиционирования. Характеристика этапов процесса позиционирования. Выбор критериев позиционирования. Построение карты восприятия. Перепозиционирование.

Формирование товарной политики и рыночной стратегии. Цели предприятия и анализ факторов, влияющих на стратегию маркетинга. Варианты стратегии охвата рынка: дифференцированный, концентрированный, недифференцированный маркетинг. Выбор стратегии маркетинга и позиционирование товара. Процесс определения стратегии фирмы. Ситуационный анализ применения структуры маркетинга (планирование продукции, сбыта, продвижения и цен). Общая стратегическая модель Портера.

Разработка ценовой политики. Задачи и политика ценообразования. Ценообразование в зависимости от типа рынка. Выбор метода ценообразования. Алгоритм установления окончательной цены. Методы ценообразования на новые товары. Затратный и административный методы цен: ситуационный анализ. Стратегия «снятия сливок», стратегия прочного внедрения на рынок.

Формирование спроса и стимулирование сбыта. Цели коммуникаций продвижения товаров: стимулировать спрос и улучшение образа фирмы. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, пропаганда, личные (персональные) продажи. Стимулирование сбыта: привлекательность и информативность, побуждение к совершению покупки. Средства и объекты стимулирования сбыта.

Организация деятельности маркетинговой службы. Место маркетинга в управлении предприятием. Цели предприятия и маркетинг. Маркетинг как объект и функция управления на предприятии. Служба управления маркетингом в структуре управления предприятием. Структура службы маркетинга, её функции, ресурсы, права, ответственность, властные полномочия, обязанности сотрудников. Кадровое обеспечение службы маркетинга и управление торговым персоналом предприятия.

Маркетинг в агропромышленном комплексе. Понятие маркетинга в АПК. Объекты и субъекты маркетинга в АПК. Понятие рыночной и маркетинговой инфраструктуры АПК. Формирование маркетинговой инфраструктуры АПК. Особенности маркетинга сельскохозяйственной продукции питания в подкомплексах АПК. Региональные особенности маркетинга продукта АПК. Особенности маркетинга продукции растениеводства. Особенности маркетинга продукции животноводства.

Раздел 4. Управление в АПК

Агропромышленный комплекс как объект управления. Понятие агропромышленного комплекса. Значение и роль агропромышленного комплекса. Структура агропромышленного комплекса. Особенности сельского хозяйства влияющие на управление.

Содержание и виды предпринимательской деятельности. Риск и выбор стратегии предпринимательской деятельности с учётом конкуренции на рынке. Возможные формы партнёрских связей в предпринимательстве. Формы сотрудничества в сфере производства

Органы управления агропромышленным комплексом на разных уровнях. Построение системы управления агропромышленным производств в России. Органы управления на федеральном уровне. Уровень субъектов федерации (на примере Амурской области). Районный уровень. Уровень предприятия.

Внутрифирменное управление в АПК. Организационно-правовые формы предприятий АПК. Структуры управления производством в АПК. Органы управления сельскохозяйственных предприятий и их функций. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность сельскохозяйственных предприятий.

Особенности менеджмента отдельных направлений деятельности сельскохозяйственного предприятия. Менеджмент персонала на предприятии (организации) АПК. Управление финансами предприятий (организаций) АПК. Организация эффективного использования основных и оборотных фондов на

предприятии (организации) АПК. Ценообразование продукции сельского хозяйства.

Нормирование: понятие, методы, способы изучения и классификация затрат рабочего времени

Тарифная система: элементы (тарифные сетки, тарифные ставки, схемы должностных окладов, справочники по тарификации работ и тарифно-квалификационные справочники, квалификационные справочники должностей руководителей специалистов и других служащих) порядок разработки и утверждения

Индивидуальная и коллективная сдельная системы заработной платы: понятие, порядок расчёта расценок в зависимости от норм выработки, норм времени, норм обслуживания, начисления заработной платы. Распределение коллективной заработной платы пропорционально отработанному времени, коэффициенту приработка, перевода сложного труда в простой.

Материальное стимулирование на предприятиях разных организационно-правовых форм с/х предприятий: оплата по труду, дивиденды, кооперативные выплаты.

Аккордно-премиальная система оплаты труда: понятие; методика расчёта расценок в растениеводстве и животноводстве; авансирование; доплата за продукцию.

Система ведения хозяйства.

Организация использования машинно-тракторного парка: особенности (занятость машин в течение года, сезона. взаимозаменяемость и др.), расчёт потребности в тракторах, комбайнах, формы использования (комплексы, отряды, прокат машин, вахтовый метод использования комбайнов).

Перспективное, текущее и оперативное планирование в организации. Хозяйственный расчёт: понятие. Формы хозяйствования на предприятии: подряд, внутрихозяйственная аренда, внутрихозяйственные кооперативы

Организация полеводства: севообороты (полевые, кормовые, специальные), организация трудовых процессов (пропорциональность, согласованность, ритмичность, непрерывность), технологические карты.

Организация скотоводства: типы скотоводческих предприятий, способы содержания (привязный, беспривязно-боксовый, беспривязный на глубокой несменяемой подстилке), воспроизводство стада (сроки отёлов, продолжительность использования продуктивных животных, движение животных).

Сельскохозяйственные кооперативы: понятие, виды, порядок создания, учредительные документы, управление. Крестьянские (фермерские) хозяйства: порядок создания и организация деятельности.

Демонстрационный вариант тестового задания
к вступительному испытанию в магистратуру
по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент

На выполнение теста отводится *180 минут*.

Первый блок (15 заданий) – задания в которых очевиден способ решения, усвоенный абитуриентом при изучении дисциплины. Необходимо указать один правильный ответ. Каждый правильный ответ оценивается на 4 балла.

Второй блок (5 заданий) – задания в которых нет явного указания на способ выполнения, и абитуриент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Необходимо указать не менее двух правильных ответов. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий. Каждый частично правильный ответ оценивается на 4 балла.

Необходимо набрать не менее 50 баллов.

При выполнении теста нельзя пользоваться справочной литературой.

1. Способы воздействия управляющей подсистемы – субъекта управления – на управляемую подсистему – объект управления (работника, коллектив, организационно-экономический объект управления) для достижения поставленных целей – это…

А) стиль управления;
Б) функции управления;
В) методы управления;
Г) принципы менеджмента.

2. Какие организации являются коммерческими…

А) организация, получающая прибыль, независимо от целей своей деятельности;
Б) организация, являющаяся юридическим лицом;
В) организация, преследующая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли.

3. Потребность, подкрепленная покупательской способностью, это…

А) товар;
Б) спрос;
В) запрос;
Г) нужда.

4. К принципам управления, сформулированным А.Файолем, относится…

А) постоянное совершенствование управления;
Б) здравый смысл;

В) лояльность к работающим;
Г) разделение труда.

5. Производство относится к более трудоемкому, если в структуре себестоимости наибольший удельный вес приходится на…

А) затраты на содержание основных средств;
Б) материалы;
В) оплату труда;
Г) работы и услуги.

6. Сегментация рынка представляет…

А) деление производителей на однородные группы;
Б) деление конкурентов на однородные группы;
В) деление товара на однородные группы;
Г) деление потребителей на однородные группы.

7. Объектами управления в теории менеджмента не являются…

А) организации всех видов собственности;
Б) природные, материальные, трудовые, финансовые ресурсы;
В) процессы управления в неживой природе и в организмах;
Г) технологические, производственные, социально-экономические процессы.

8. Стоимостная оценка используемых для производства и продажи продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов и других затрат это…

А) себестоимость;
Б) статьи затрат;
В) калькуляция;
Г) эффективность.

9. На какой фазе жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль при небольшом количестве конкурентов...

А) на фазе внедрения;
Б) на фазе зрелости;
В) на фазе спада;
Г) на фазе роста.

10. В менеджменте Мак-Келанд не рассматривает в совей теории мотивации мега-потребность в (во)…

А) успехе;
Б) причастности;
В) самовыражении;
Г) власти.

11. Размер организации в менеджменте обычно определяется…

А) числом работающих в ней людей;
Б) количеством цехов;
В) числом видов выпускаемой продукции;
Г) размером уставного капитала.

12. Разработка ценовой политики в производственном подразделении организации относится к ….. методам управления.
А) экономическим;
Б) социально-экономическим;
В) социально-психологическим;
Г) административным.

13. Примером применения административного метода управления является ситуация, когда…
А) разработано положение общеорганизационного порядка;
Б) внедрена система автоматизированного учета затрат;
В) разработана система материального стимулирования;
Г) разработан план социального развития трудового коллектива.

14. Функцией менеджмента, заключающейся в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями фирмы, является…
А) организация;
Б) администрирование;
В) координация;
Г) регулирование.

15. Задачей демаркетинга является…
А) снижение спроса;
Б) повышение спроса;
В) превращение потенциального спроса в реальный;
Г) создание спроса.

16. Назовите методы, входящие в группу организационно-регламентирующих методов управления…
А) приказ;
Б) убеждение;
В) премирование;
Г) инструкция.

17. Какие показатели характеризуют эффективность использования основных фондов…
А) коэффициент оборачиваемости оборотных средств;
Б) фондоемкость;
В) фондоотдача;

Г) продолжительность одного оборота;
Д) коэффициент загрузки средств в обороте.

18.К факторам микросреды маркетинга относят…
А) демографические факторы;
В) клиенты;
Г) политические факторы;
Д) контактные аудитории;

19.Согласно теории менеджмента сущность мотивации отражают следующие утверждения ...
А) комплекс функций, осуществляемых руководителем в рамках должностных полномочий;
Б) систематическая количественная и качественная оценка труда работников;
В) функция менеджмента, обеспечивающая активизацию деятельности персонала;
Г) процесс побуждения работников к достижению целей.

20. Выделите оборотные средства…
А) трактор;
Б) деньги;
В) готовая продукция собственного производства;
Г) запасы;
Д) стол руководителя;
Е) средства в расчетах.