

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Дальневосточный ГАУ)



**ПРОГРАММА
для подготовки к вступительному испытанию в магистратуру
по направлению подготовки:
38.04.02 «Менеджмент»**

Благовещенск
2026

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.

Результаты вступительных испытаний оцениваются по 100-балльной 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 организаций. 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-сituационные 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. Таймменеджмент: 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 производством 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-боксовой, 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.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Раздел 1. Экономика

1. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия) : учеб. / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – М. : Дашков и К, 2016. – 292 с.
2. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский учет : учеб. для бакалавров / Ю. А. Бабаев, А. М. Петров, Л. А. Мельникова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2015. – 424 с.
3. Гарнов, А. П. Экономика предприятия: учеб. для бакалавров / А. П. Гарнов, Е. А. Хлевная, А. В. Мыльник. – М. : Юрайт, 2019. – 303 с.
4. Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия : учеб. для прикладного бакалавриата / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова; под ред. Е. Н. Клочковой. – М. : Юрайт, 2018. – 447 с.
5. Налоги и налогообложение : учеб. для академического бакалавриата / под ред. М. В. Романовского, Н. Г. Ивановой. – М. : Юрайт, 2014. – 441 с.
6. Ростова, Ю. И. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / Ю. И. Ростова, С. А. Фирсова. – М. : КНОРУС, 2019. – 280 с.
7. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. / Г. В. Савицкая. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 378 с.
8. Фокина, О. М. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / О. М. Фокина, А. В. Соломка. – М. : КНОРУС, 2017. – 230 с.
9. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учеб. и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева. – 5-е изд., пер. и доп. – М. : Юрайт, 2015. – 435 с.
10. Экономика организации (предприятия) : учеб. для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 608 с.
11. Экономика предприятия : учеб. и практикум для академического бакалавриата / под ред. С. А. Смирнова, А. В. Колышкина. – М. : Юрайт, 2018. – 498 с.

Раздел 2. Менеджмент

1. Афоничкин, А. И. Основы менеджмента : учеб. для академического бакалавриата / А. И. Афоничкин, Н. Д. Гуськова, Д. Г. Михаленко; под ред. А. И. Афоничкина. – М. : Юрайт, 2018. – 338 с.
2. Веснин, В. Р. Основы менеджмента : учеб. / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2016. – 320 с.
3. Герчикова, И. Н. Менеджмент : учеб. для вузов / И. Н. Герчикова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 511 с.
4. Дорофеев, В. Д. Менеджмент : учеб. пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопал. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 328 с.

5. Маслова, Т. Д. Маркетинг : учеб. для вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2012. – 448 с.
6. Менеджмент : учеб. / Н. И. Астахова [и др.]; под общ. ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. – М. : Юрайт, 2013. – 422 с.
7. Менеджмент : учеб. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд., стереотип. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. – 576 с.
8. Менеджмент : учеб. для прикладного бакалавриата / под общ. ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. – М. : Юрайт, 2014. – 422 с.
9. Менеджмент : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика и управление» / под ред. М. М. Максимцова, М. А. Комарова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 343 с.
10. Менеджмент : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / под ред. Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. – М. : КноРус, 2014. – 496 с.
11. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2007. – 488 с.
12. Остапенко, Ю. М. Экономика труда : учеб. пособие / Ю. М. Остапенко. – 2-е изд., перераб и доп. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 272 с.
13. Тебекин, А. В. Менеджмент : учеб. / А. В. Тебекин. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 384 с.
14. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента : учеб. и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. – М. : Юрайт, 2018. – 487 с.

Раздел 3. Маркетинг

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 300 с.
2. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учеб. для студентов вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – 4-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2012. – 560 с.
3. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 340 с.
4. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках и таблицах : учеб. пособие / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 336 с.
5. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Михтарян, В. Н. Русин; под общ. ред. С. В. Карповой. – М. : Юрайт, 2018. – 181 с.
6. Корнеева, И. В. Маркетинг : учеб. и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М. : Юрайт, 2018. – 436 с.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с.

8. Маркетинг : учеб. пособие / под ред. проф. И. М. Синяевой. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 384 с.

9. Маркетинговые исследования : теория и практика : учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики, Нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 570 с.

10. Маслова, Т. Д. Маркетинг : учеб. для вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2012. – 448 с.

11. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учеб. для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. – М. : Дашков и Ко, 2018. – 362 с.

12. Романов, А. А. Маркетинг : учеб. пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – М. : Дашков и Ко, 2018. – 440 с.

13. Секерин, В. Д. Основы маркетинга : учеб. пособие / В. Д. Секерин. – М. : КноРус, 2016. – 232 с.

14. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учеб. / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 336 с.

Раздел 4. Управление в АПК

1. Менеджмент в агропромышленном комплексе [Текст]: учебник: рек. УМО по образованию / под ред. Р.Г. Мумладзе. – М.: КНОРУС, 2011. – 375 с.

2. Менеджмент в АПК [Текст]: учебник / междунар. ассоц. «Агрообразование». – М.: КолосС, 2007. – 421 с.

3. Нечаев, В.И. Экономика предприятий АПК [Электронный ресурс]: Учебное пособие; доп. УМО по образ. в обл. производственного менеджмента / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, И.Е. Халявка. – СПб.: Лань, 2010. – 464 с.

4. Организация производства и управление предприятием [Текст]: учебник; доп. М-вом образ. РФ / под ред. О.Г. Туровца. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 504 с.

5. Организация производства на предприятиях АПК: учебник для вузов/под ред. Ф.К.Шакирова.- М.: КолосС, 2007. – 519 с.

6. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях АПК: учебник/под ред. Ю.Н.Шумакова.- М.: Колосс, 2008. – 303 с.

7. Пашуто, В. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях [Текст] : учебно-практич. пособие; рек. УМЦ «Классический учебник» / В. П. Пашуто. – 6-е изд-е, стер. – М. : Кнорус, 2011. – 316 с.

8. Планирование на предприятиях АПК [Текст]: учеб. пособ. / под ред. К.С. Терновых. – М.: КолосС, 2006. – 332 с.

9. Управление в АПК [Текст]: учебник / Ю.Б. Королев [и др.]; под ред. Ю.Б. Королева. – М.: Колос, 2002. – 374 с.

10. Экономика сельского хозяйства [Текст]: учеб. пособ. / под ред. В.Т. Водянникова. – М.: КолосС, 2007. – 388 с.

11. Экономика сельского хозяйства [Текст]: учеб.; доп. М-вом с.-х. РФ / под ред. Н.Я. Коваленко. – М.: КолосС, 2008. – 207 с.

12. Яковлев, Б.И. Организация производства и предпринимательство в АПК [Текст]: учебник для вузов; гриф Мин-вом с/х РФ / Б.И. Яковлев, В.Б. Яковлев. – СПб.: Квадро, 2013. – 424 с.

**Демонстрационный вариант тестового задания вступительного
испытания при приеме 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. Каждый правильный ответ оценивается на 8 баллов.

Необходимо набрать не менее 30 баллов.

При выполнении теста нельзя пользоваться справочной литературой.

1. Человек как элемент социально-экономической системы может быть:

- А) только объектом управления;
- Б) только субъектом управления;
- В) субъектом и объектом управления.

2. Способы воздействия на объект управления, основанные на использовании обязательных для исполнения предписаний и распоряжений – это ... методы управления

- А) экономические;
- Б) административные;
- В) политические;
- Г) социально-психологические.

3. Бизнесмены и их фирмы, которые осуществляют связь между производителями и потребителями и выполняют основную часть работы в области маркетинга – это:

- А) покупатели;
- Б) конкуренты;
- В) посредники;
- Г) партнеры.

4. Функции управления, которые определяются по принадлежности управления к деятельности организации в целом или к конкретным стадиям производственного процесса относятся к....

- А) связующим;

- Б) основным;
- В) конкретным;
- Г) специальным.

5. Наиболее быстрым методом изучения рынка является...

- А) анкетирование по почте;
- Б) телефонное интервью;
- В) полевое исследование;
- Г) личное интервьюирование.

6. При планировании бюджета рекламы не используют такие характеристики рекламных средств как....

- А) информативность;
- Б) тираж;
- В) совокупный рейтинг;
- Г) повторяемость.

7. Автором концепции «узкой базы» в отечественной теории управления был...

- А) А.К. Гастев;
- Б) А.А. Богданов;
- В) Н.А. Витке;
- Г) П.М. Керженцев.

8. Сегментация рынка начинается с этапа...

- А) позиционирования товара;
- Б) выбора целевого рыночного сегмента;
- В) выбора метода сегментации;
- Г) выбора признаков сегментации.

9. Концепция непрерывного обучения является отличительной особенностью менеджмента

- А) японского;
- Б) европейского;
- В) российского;
- Г) американского.

10. В сельском хозяйстве к малым предприятиям относятся предприятия с предельной численностью работающих:

- А) 100 чел.;
- Б) 60 чел.;
- В) 50 чел.;
- Г) 30 чел.

11. Технологический процесс – это:

- А) процесс выполнения технологических операций;
- Б) использование в производстве сырья и материалов;
- В) часть производственного процесса, совокупность приемов и способов целенаправленного воздействия на предмет труда в целях его изменения.

12. Уровень концентрации определяется:

- А) годовым выпуском продукции на одного работника;
- Б) средним размером предприятия по отрасли;
- В) численностью работающих;
- Г) годовым выпуском продукции на 100 га сельскохозяйственных угодий.

13. Сдельная расценка определяется:

- А) умножением тарифной ставки на норму времени;
- Б) умножением тарифной ставки на норму выработки;
- В) делением нормы выработки на тарифную ставку;
- Г) делением тарифной ставки на норму труда (выработка, времени).

14. Размер валовой продукции на единицу затрат:

- А) уровень рентабельности;
- Б) окупаемость затрат;
- В) себестоимость продукции;
- Г) норма прибыли.

15. Планирование – это:

- А) процесс определения целей фирмы и выбора способов их достижения;
- Б) процесс определения сильных и слабых сторон предприятия;
- В) анализ эффективности деятельности фирмы в долгосрочном и текущем периоде;
- Г) оценка эффективности нововведений на основе исчисления экономии текущих затрат.

16. Какую величину затрат следует считать более весомой для предприятия, у которого ставка дисконта составляет 10%: 11 000 ден.ед через год или 14 641 ден. ед. через четыре года:

- А) 11 000 ден. ед. через год;
- Б) обе величины следует считать равнозначными;
- В) 814 641 ден. ед. через четыре года.

17. Годовая норма амортизации при начислении ее линейным методом – 25%. Срок полезного использования оборудования составит:

- А) 5 лет;
- Б) 10 лет;
- В) 2,5 года;
- Г) 4 года.

18. Выручка от реализации продукции составила 120 млн.руб., стоимость оборотных средств на начало периода – 40 млн.руб. на конец – 20 млн.руб. Коэффициент обрачиваемости и длительности оборота средств равны:

- А) 2 оборота, 180 дней;
- Б) 4 оборота, 90 дней;
- В) 6 оборотов, 60 дней;
- Г) 6 оборотов, 90 дней.

19. Месячная потребность предприятия в материалах составляет 6000 шт., удельные расходы по хранению – 2 руб./шт. в месяц. Расходы на одну поставку – 1500 руб. Определить оптимальный размер поставки материала.

Ответ: _____ млн.рублей

20. В молочном хозяйстве с поголовьем коров 340 голов было произведено 17 100 ц молока. Общая сумма производственных затрат по молочному скотоводству составила 12 100 тыс.руб., в том числе условно-постоянная – 5560 тыс.руб., условно-переменная – 6540 тыс.руб., а средняя цена реализации 1 ц молока – 1000 руб.

Определить точку безубыточности в стоимостном выражении.

Ответ: _____ млн.рублей