



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Пензенский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ПГУ»)



Утверждаю»

Председатель приемной комиссии,
Ректор ПГУ _____ А.Д. Гуляков
24 октября 2022 г.

ПРОГРАММА

вступительного испытания в магистратуру
по направлению **38.04.02 Менеджмент**

Составитель
к.э.н., доцент
А.А. Голдина

Пенза, ПГУ 2022

Программа вступительных испытаний разработана на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

Основные разделы дисциплин, выносимые на экзамен:

1. Теория менеджмента

Менеджмент - теория и практика управления в условиях рыночной экономики

Понятие менеджмента, его роль в обществе и в производстве. Цели менеджмента. Менеджмент и рыночная среда. Соотношение менеджмента, предпринимательства и собственности.

Организационные системы и их элементы. Место и роль руководителя в системах управления.

Эволюция управленческой мысли. Основные модели менеджмента

Зарождение и формирование идей об управлении. Развитие взглядов на управление в связи с развитием общественного производства.

Основные модели менеджмента: "научное управление" организацией; классическая (административная) школа управления; школа "человеческих отношений", бихевиоризм; "количественная" школа, школа "социальных отношений"; ситуационный подход.

Современные тенденции развития теории и практики менеджмента, влияние на них особенностей национальных культур.

Организация как социо-техническая система. Внутренняя и внешняя среда

Организация как объект управления, жизненный цикл развития организации, модели развития организации (Адизес, Грейнер).

Внутренние переменные организации как факторы, обуславливающие ее построение и функционирование: цели, структуры, задачи, технологии, люди. Взаимосвязь внутренних переменных. Организация как социо-техническая система.

Внешняя среда организации. Среда прямого воздействия: потребители, поставщики (трудовых ресурсов, материалов, капитала), конкуренты, профсоюзы, законы и государственные органы. Среда косвенного воздействия: состояние экономики, социокультурные факторы, политические факторы, научно-технический прогресс, международные события.

Организация как субъект правоотношений

Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности. Индивидуальные предприниматели. Юридические лица: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия, некоммерческие организации.

Размеры предприятий (фирм), их значение с позиций менеджмента. Малые предприятия, объединения предприятий.

Построение организационных структур управления

Организация и организационная структура. Общие принципы построения организационной структуры управления. Управленческие полномочия, их делегирование. Линейные и аппаратные (штабные) полномочия. Единоначалие. Принцип соответствия полномочий и ответственности.

Проектирование организационной структуры управления предприятием (фирмой), его этапы. Бюрократическая модель организационной структуры (по М. Веберу), ее положительные и отрицательные свойства.

Варианты организационной структуризации (департаментализации). Функциональная организационная структура, дивизиональная структура. Особенности построения организационных структур фирм, действующих на международных рынках. Адаптивные структуры: проектная структура, матричная структура, организация

конгломератного типа. Новые типы организационных структур: виртуальные, сетевые, предпринимательские и др.

Определение рациональной степени централизации и децентрализации в организациях. Организационное закрепление (регламентация) структурного деления и структурных связей.

Система функций управления

Функции менеджмента как задачи и виды управленческой деятельности, обуславливаемые влиянием внутренних и внешних переменных. Система функций. Характеристика основных (базовых) и частных функций управления организацией. Социальная ответственность бизнеса.

Планирование

Понятие и функции планирования. Роль и место функции планирования в процессе управления. Организация процесса планирования. Виды планов. Методы планирования. Бизнес-планирование.

Мотивация

Мотивация как функция управления. Механизм мотивации. Потребности, вознаграждения, стимулы.

Современные поведенческие теории мотивации (бихевиоризм). Иерархия потребностей по А. Маслоу. Теория потребностей Мак-Клелланда. Двухфакторная теория Герцберга.

Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера.

Современные направления и практический опыт работы по совершенствованию мотивации труда на предприятиях различных стран. Обогащение содержания труда, включение в управление взаимоотношениями в коллективе (корпоративный дух), оплата труда.

Управленческий контроль

Контроль как функция управления. Необходимость и цели контроля.

Основные виды контроля: предварительный, текущий и заключительный контроль. Особенности и формы контроля в различных областях деятельности предприятия: по отношению к человеческим, материальным и финансовым ресурсам.

Процедуры контроля: выработка стандартов и критериев сопоставления достигнутых результатов с установленными стандартами, выработка необходимых корректирующих действий.

Поведенческие аспекты контроля, их влияние на эффективность контроля.

Принципы рациональной организации системы контроля.

Информационно-управленческие системы, обеспечивающие контроль. Контроль исполнения документов.

Контроллинг и бюджетирование

Контроллинг как технология информационно-аналитической поддержки процесса управления. Бюджетирование.

Управленческий учет, его место и роль в управлении.

Коммуникации в организации. Деловое общение

Роль коммуникаций в системе управления. Виды коммуникаций.

Коммуникационный процесс: его элементы и этапы. Особенности межличностных коммуникаций, барьеры межличностного общения, способы преодоления.

Наука и искусство делового общения. Практические способы повышения эффективности делового общения.

Направления работы по созданию эффективной целостной информационной системы на предприятии. Использование современных информационных технологий.

Принятие управленческих решений

Сущность управленческих решений, их роль в процессе управления. Требования к управленческим решениям. Виды решений.

Рациональная процедура выработки и принятия управленческих решений. Содержание этапов: диагностика проблем, формулировка ограничений и критериев для принятия решений, выявление альтернатив, оценка альтернатив, окончательный выбор, обеспечение реализации принятых управленческих решений, контроль исполнения решений.

Факторы, влияющие на выбор решений. Состав субъектов, участвующих в выработке и принятии решений. Влияние личностных оценок. Роль ценностных ориентаций руководителя. Партисипативные методы принятия решений. Метод "мозгового штурма". Информационная база принятия решений. Проблема неполноты информации. Риск.

Модели и методы принятия решений

Общие элементы научного метода в принятии управленческих решений.

Моделирование: сущность, типы моделей.

Процесс построения модели: постановка задачи, построение модели, проверка модели на достоверность, применение модели, обновление модели. Общие проблемы моделирования.

Характеристика основных видов экономико-математических моделей, используемых для принятия управленческих решений.

Управление трудовыми ресурсами (персоналом)

Система управления и организации работы с персоналом.

Формирование и развитие системы управления персоналом в организации (СУП).

Службы персонала за рубежом. Планирование трудовых ресурсов и работы с кадрами. Система комплектования штата. Набор и отбор. Профорientация и адаптация. Обучение. Оценка трудовой деятельности. Формирование кадрового резерва. Повышение, понижение, перевод, увольнение. Управление процессами стабилизации производственных коллективов.

Подготовка руководящих работников, управление их продвижением по службе. Отечественный и зарубежный опыт работы с управленческим персоналом. Развитие концепции управления персоналом. Управление знаниями.

Управление инновациями

Инноватика как функция управления. Виды нововведений. Жизненный цикл продукции. Инновационный цикл, его содержание. Планирование нововведений. Инновационный риск. Инновационные стратегии. Экономические параметры и организационное обеспечение инновационной деятельности. Инновационный потенциал, его реализация. Создание инновационного климата в организации.

Особенности управленческих нововведений.

Управление финансами

Управление финансовой деятельностью предприятия. Источники финансовых ресурсов предприятия в условиях рыночной экономики. Финансовое планирование и контроль. Организация финансовых служб на предприятиях. Роль и задачи бухгалтерского учета в обеспечении эффективности финансовой деятельности предприятия.

Совершенствование и развитие менеджмента

Оценка менеджмента: подходы к оценке менеджмента, результаты менеджмента организации, эффективность менеджмента.

Модернизация и инновация менеджмента: модернизация и инновация менеджмента, разработка инновационных концепций менеджмента, соотношение совершенствования и развития менеджмента.

Перспективы и направления развития менеджмента: тенденции развития современного менеджмента, парадоксы развития современного менеджмента, прогнозирование развития менеджмента.

2. Стратегический менеджмент

Проблемно-целевое и стратегическое управление

Типология проблем управления: проблемная ситуация; моделирование проблемной ситуации; матрица организационных проблем.

Проблемно-целевое управление: анализ проблемной ситуации; целеобразование в организациях; построение дерева целей; стратегическая система целей.

Стратегическое управление организацией: стратегия как явление; концепция стратегического управления; соотношение оперативного и стратегического управления.

Конфигуратор школ стратегий: стратегическое управление как научная дисциплина; современная структура школ стратегического менеджмента; ресурсная школа стратегий; школа «материнства»; стратегия конкурентного преимущества.

Стратегические модели и матрицы

Стратегические модели: модель пяти компонентов Сенге; дерево решений; модель Мак-Кинси «7S»; эффект масштаба и кривая опыта; «мертвая петля» и «спираль удачи»; модель совершенной компании (по Питерсу и Уотерману); стратегия эпохи перемен; стратегия, ориентированная на лояльность; стратегия успеха, ведущая к поражению; ключевые компетенции; пять конкурентных сил Портера; цепочка создания стоимости; реинжиниринг бизнес-процессов; сбалансированная система показателей; методы изучения профиля; анализ GAP.

Стратегические матрицы: относительная доля рынка; матрица «возможность/уязвимость»; матрица «рост/рост»; матрица «Дженерал электрик» / «Мак-Кинси»; матрица Бостонской консультационной группы.

Формирование стратегии организации

Общие методы разработки стратегий: эталонные стратегии организаций; типология стратегий по Портеру; типология стратегий (по Томпсону и Стрикленду); стратегии развития бизнеса по Котлеру; типология, основанная на компетентном/ресурсном подходе; типология стратегий, основанная на модели Ансоффа «продукт – рынок».

Подходы к разработке стратегии организации: конфигуратор методов разработки стратегий; традиционные методы разработки стратегий; общая схема разработки стратегии; методические основы формирования стратегии организации.

SWOT-анализ организации: метод SWOT-анализа; ТРИМ-анализ; анализ внешней среды организации.

Анализ действующей стратегии организации: принципы оценки развития организации; проблемы действующей стратегии; конкурентоспособность цен и издержек; прочность конкурентной позиции; стратегические проблемы.

Философия бизнеса организации: стратегическое видение организации; миссия организации; стратегические цели организации.

Модели детализации стратегии: политики, или функциональные стратегии; проект, или «черный ящик»; программа как модель состава.

Модификация стратегии на основе ключевых компетенций

Решения о модификации действующей стратегии: внутренний потенциал стратегичности; выявление ключевых компетенций; ключевые компетенции и конкурентные стратегии; модификация и корректировка; стратегические ключевые компетенции.

Реализация стратегических изменений

Стратегические изменения в организациях: перемены как проблема менеджмента организации; типология концепций стратегических перемен; сопротивления изменениям в организациях; подходы для преодоления сопротивления изменениям.

Три уровня управления стратегическими изменениями: индивидуальные изменения; командные изменения; организационные изменения.

3. Корпоративный менеджмент

Введение в корпоративный менеджмент

Основы корпоративного менеджмента. Современные формы корпоративной собственности. Система управления и внутреннего контроля в корпоративных структурах: общее собрание акционеров. Система управления и внутреннего контроля в корпоративных структурах: совет директоров. Система управления и внутреннего контроля в корпоративных структурах: исполнительные органы власти, ревизионная комиссия, корпоративный секретарь. Основные модели корпоративного управления. Стандарты корпоративного управления.

Функции корпоративного менеджмента

Корпоративное прогнозирование и планирование. Корпоративные организационные структуры. Стратегическое управление компанией. Управление персоналом компании. Современные проблемы управления человеческими ресурсами.

Финансовые аспекты корпоративного управления

Сущность корпоративных финансов. Капитал корпорации, классификация, процесс оптимизации структуры капитала. Основные финансовые инструменты корпоративного управления. Консолидированный учет и отчетность корпорации. Управление стоимостью и эффективностью компании. Управление финансовыми рисками корпорации.

Корпоративная культура

Введение в корпоративную культуру. Этапы развития и функционирования корпоративной культуры. Типология организационных культур. Строеие корпорации и культура. Корпоративная культура в системе руководства и подчинения. Организационная культура и мотивация. Культура деловой коммуникации. Формирование корпоративной культуры. Развитие и изменение корпоративной культуры. Влияние корпоративной культуры на деятельность организации

Институциональная среда корпоративного управления

Институциональные рамки корпоративного управления. Государственная политика в области корпоративного управления. Стандарты корпоративного управления как форма регулирования корпоративных отношений. Кодекс корпоративного управления. Внутренние нормы, регулирующие вопросы корпоративного управления. Институциональная поддержка системы корпоративных отношений. Оценка качества корпоративного управления. Корпоративная безопасность. Корпоративная социальная ответственность.

4. Финансовый менеджмент

Общие вопросы финансового менеджмента

Цели, задачи и функции финансового управления организацией. Финансовая среда организации. Принципы и инструменты принятия финансовых решений в организации. Теоретические основы управления финансами организации. Концепции временной стоимости денег, стоимости капитала, денежного потока, взаимосвязи риска и доходности. Современные концепции финансового менеджмента. Управление финансовыми рисками. Классификация рисков. Методы выявления и измерения риска. Парадигма риск - менеджмента. Способы управления риском: ограничение, страхование, хеджирование и уклонение. Финансовый рынок как источник финансовых ресурсов организации. Структура современного финансового рынка. Использование инструментов

рынка ценных бумаг, кредитного и валютного рынков для финансирования деятельности организации. Финансовое планирование и прогнозирование. Финансовая составляющая системы бизнес-планирования.

Финансовый менеджмент в краткосрочном периоде

Оборотный капитал организации: цели и задачи управления. Стратегии формирования и финансирования оборотных активов. Основные модели оптимизации элементов оборотных активов – запасов, дебиторской задолженности и денежных средств. Управление затратами. Управление ценами, выручкой и финансовыми результатами. Управление прибылью организации. Система показателей прибыли и ее формирование. Механизм распределения прибыли. Концепция операционного и финансового рычага и управление массой прибыли. Управление источниками финансирования оборотного капитала.

Финансовый менеджмент в долгосрочном периоде

Управление источниками долгосрочного финансирования. Структура капитала организации: цели и задачи управления. Понятие оптимальной структуры капитала и проблема ее определения. Основные теории структуры капитала: традиционная, Модильяни-Миллера, компромиссная. Дивидендная политика организации. Основные теории формирования дивидендной политики. Виды дивидендной политики. Связь дивидендной политики с политикой развития производства и стоимостью бизнеса. Методы принятия инвестиционных решений. Критерии оценки эффективности инвестиционных проектов. Проблема выбора ставки дисконтирования. Расчет средневзвешенных затрат на капитал. Определение стоимости заемного и собственного капитала.

Специальные вопросы финансового менеджмента

Стоимость бизнеса как объект управления. Понятие и виды стоимости бизнеса. Затратный, доходный и сравнительный подход к оценке стоимости.

Финансовый менеджмент в условиях инфляции Особенности финансового менеджмента в процессе банкротства. Антикризисное финансовое управление.

5. Маркетинг

Современная сущность маркетинга

Обмен и транзакции; субъекты и объекты маркетинговой деятельности; изменения в бизнесе и маркетинге. Маркетинг и ценность для покупателей: процесс предоставления ценности; цепочка создания ценности.

Эволюция концепций маркетинга. Маркетинг партнерских отношений. Отличительные признаки партнерства.

Маркетинговая среда предприятия

Методы анализа микросреды и макросреды. Основные параметры рынка. Методы оценки емкости и доли рынка. Система маркетинговых исследований. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования.

Маркетинговая информация: свойства, классификация, источники первичной и вторичной информации. Методы сбора первичной маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС). Информационное обеспечение маркетинговых решений на предприятии.

Сегментация рынка. Позиционирование

Цели и задачи сегментации рынка. Порядок и методы проведения сегментации. Макросегментация и микросегментация. Выбор целевого рынка: оценка сегментов рынка, стратегии охвата рынка.

Разработка стратегии позиционирования: выбор основания для позиционирования, построение карт восприятия.

Поведение потребителей

Поведение потребителей: восприятие, потребности и мотивация. Модель «черного ящика». Внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.

Особенности процесса принятия решения о покупке индивидуальными покупателями. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Процесс покупки промышленными покупателями. Модель закупочного центра. Специфика продаж в различных отраслях.

Товар в системе маркетинга

Товары как объекты товароведной деятельности. Основные характеристики товаров. Процесс разработки нового товара. Характеристика отдельных стадий процесса: продолжительность, затраты, значимость.

Управление качеством товаров и услуг. Оценка качества товаров и услуг. Конкурентоспособность товара и методы ее оценки.

Маркетинговые аспекты управления товаром. Жизненный цикл товара. Международный жизненный цикл товара.

Ассортиментная политика предприятия, её задачи. Принципы формирования ассортимента. Методы анализа ассортимента.

Торговая марка, бренд, их место и роль в товарной политике. Брендинг в управлении маркетинговой активностью.

Ценообразование

Рыночные подходы к ценообразованию. Состав и структура цены. Ценообразование на различных типах рынков. Виды цен и особенности их применения.

Реализация ценовой политики: ассортиментное, конкурентное, дифференцированное и стимулирующее ценообразование. Затратные методы ценообразования: на основе полных издержек, на основе переменных издержек, на основе точки безубыточности, на основе учета рентабельности инвестиций. Рыночные методы ценообразования: определение цены с ориентацией на спрос, балловый метод, метод потребительской оценки, определение цены с ориентацией на конкурентов.

Сбытовая политика предприятия

Маркетинговые каналы и партнерские сети. Роль маркетинговых каналов. Решения о структуре каналов распределения. Решения об управлении каналами распределения.

Оптовая торговля. Функции оптовых посредников. Специфика биржевой, аукционной торговли, конкурсных торгов. Маркетинговые решения компании оптовой торговли.

Роль маркетинга в сфере розничной торговли. Факторы, влияющие на выбор формы и методов продаж. Маркетинговые решения компании розничной торговли.

Роль Internet в организации маркетинга и сбыта на предприятии. Электронные продажи. Информационные технологии в маркетинге и сбыте.

Рыночная логистика: интегрированные логистические системы; цели маркетинговой логистики; решения, принимаемые в рыночной логистике. Организация логистических процессов как способ повышения эффективности деятельности предприятия. Особенности заготовительной, производственной, сбытовой, транспортной, складской логистики.

Коммуникационная политика предприятия

Определение коммуникационных целей. Выбор каналов коммуникации. Формирование бюджета продвижения. Разработка и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями: роль маркетинговых коммуникаций, разработка эффективных коммуникаций, решения о комплексе маркетинговых коммуникаций.

Реклама: основные характеристики, цели и задачи. Типы рекламы. Планирование рекламных кампаний. Основные этапы. Составление бюджета на рекламу. Выбор рекламного обращения: предложение, разработка концепции и реализация. Оценка эффективности рекламы.

Цели и основные решения в сфере стимулирования сбыта. Основные направления деятельности по установлению и поддержанию связей с общественностью на предприятии. Подготовка, проведение и оценка эффективности PR-кампаний. Технологии формирования имиджа предприятия средствами PR. Технология организации выставки и оценка ее эффективности.

Управление маркетингом

Координирующая и интегрирующая роль маркетинга в условиях рыночной деятельности предприятия. Взаимосвязь стратегического управления предприятием и стратегического управления маркетингом.

Сущность стратегического и оперативного маркетинга, их взаимосвязь. Уровни стратегического маркетингового планирования и общее содержание плана на каждом из них. Подходы к разработке маркетинговой стратегии. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии компании.

Портфельный анализ бизнеса. Преимущества и ограничения портфельного анализа, его практическое применение.

Роль маркетинга в формировании устойчивого конкурентного преимущества предприятия

Сущность конкурентоспособности организации. Основные методы оценки конкурентоспособности организации. Операционное и стратегическое конкурентное преимущество.

Виды конкурентных стратегий: стратегии лидера, претендента на лидерство, последователя и "обитателя рыночной ниши". Выбор базовой стратегии развития компании и оценка возможностей роста. Матрица Ансоффа. Интенсивный рост. Поглощение и слияние как инструмент развития СБЕ.

Организационные структуры управления маркетингом

Место, роль и функции маркетинговой службы в системе управления предприятием. Бюджет маркетинга. Методы разработки маркетингового бюджета. Критерии и показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Современная этика маркетинга. Требования, предъявляемые к маркетологам. Должностные обязанности маркетолога.

Уровни контроля в маркетинге

Обоснование необходимости контроллинга в условиях неопределенности и нестабильности внешней среды. Процесс, цели, функции и задачи контроллинга. Оперативный и стратегический контроль.

Маркетинг партнерских отношений

Факторы и условия формирования партнерской сети. Виды партнерских сетей. Принятие решений по формированию партнерской сети. Мотивация партнеров. Основные функции и жизненный цикл отношений.

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Промышленный маркетинг в системе межфирменного маркетинга. Особенности сегментирования на промышленных рынках.

Специфика услуги как товара в маркетинге. Комплекс маркетинга услуг. Управление качеством услуг.

Роль и задачи маркетинга в управлении инновационной деятельностью

Понятие латерального маркетинга. Инновация как предмет обмена на рынке. Коммерциализация инноваций: лицензии, патенты, контрактные НИОКР.

Международный маркетинг

Цели субъектов международного маркетинга. Причины выхода компании на международный рынок. Концепции международного маркетинга.

Государственное регулирование ВЭД. Формы и инструменты государственного регулирования ВЭД. Способы регулирования ВЭД: тарифные барьеры, нетарифные барьеры, валютное регулирование.

Способы проникновения предприятия на международный рынок: экспорт, заключение договоров без инвестирования, осуществление инвестиций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

К разделу «Теория менеджмента»

1. Бусов, В. И. Управленческие решения [Текст]: учебник для бакалавров / В. И. Бусов; Гос. ун-т управления. - М.: Юрайт, 2015.
2. Веснин, В. Р. Менеджмент [Текст]: учебник / В. Р. Веснин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Проспект, 2017.
3. Веснин, В. Р. Менеджмент в вопросах и ответах [Текст]: учебное пособие / В. Р. Веснин. - М.: Проспект, 2017.
4. Дорофеев, В.Д. Менеджмент организации. Введение в профессию [Текст]: учеб. пособие / В. Д. Дорофеев, Л. А. Мизюркина; Пенз. гос. ун-т. - Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2013.
5. Егоршин, А. П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие / А. П. Егоршин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016.
6. Ковалев, С.В. Система контроллинга персонала промышленной организации [Текст] / С. В. Ковалев. - М.: КНОРУС, 2016.
7. Основы управления [Текст]: учебное пособие для бакалавров / Т. Е. Берёзкина [и др.]; отв. ред. А. А. Петров. - М.: Проспект, 2017.
8. Оценка экономической и социальной эффективности управления персоналом организации [Текст]: учебно-практ. пособие / А. Я. Кибанов; под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т управления. - М.: Проспект, 2015.
9. Организация, нормирование и регламентация труда персонала [Текст]: учеб. практ. пособие / Л. В. Ивановская, Е. А. Митрофанова, В. М. Свистунов; под ред. А. Я. Кибанова. - М.: Проспект, 2015.
10. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект [Текст]: практ. руководство / С. В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2017.
11. Сетков, В.И. Менеджмент [Текст]: учебное пособие / В. И. Сетков. - М.: КНОРУС, 2015.
12. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование: учеб. пособие для бакалавров и специалистов / Н. Д. Стрекалова. – СПб.: Питер, 2017.
13. Управление человеческими ресурсами [Текст]: учебник для бакалавров = Human Resource Management: Edited by Doctor of Economic / Санкт-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов; под ред. И. А. Максимцева. - М.: Юрайт, 2014.
14. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент [Текст]: учебник. Стандарт третьего поколения / Р.А. Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2016.

К разделу «Стратегический менеджмент»

1. Веснин, В. Р. Основы управления для бакалавров: учебное пособие / В. Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016.
2. Кадровая политика и стратегия управления персоналом [Текст]: учебно-практ. пособие / А. Я. Кибанов, Л. В. Ивановская; под ред. А. Я. Кибанова. - М.: Проспект,

- 2017.
3. Портных, В.В. Стратегия бизнеса: монография / В. В. Портных. – М.: Дашков и К°, 2015.
 4. Стратегический менеджмент [Текст]: учебник / под ред. А. Н. Петрова. - СПб.: Питер, 2015.
 5. Стратегический менеджмент [Текст]: учебное пособие / Ю. Т. Шестопап [и др.]. - М.: КНОРУС, 2013.
 6. Тебекин А.В. Стратегический менеджмент: учебник / А.В. Тебекин. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017.

К разделу «Корпоративный менеджмент»

1. Адизес, И. К. Управление жизненным циклом корпорации / И. К. Адизес; пер. с англ. В. Кузина, под ред. А. Г. Сеферяна. - СПб.: Питер, 2017.
2. Веснин, В.Р. Основы управления для бакалавров: учебное пособие / В. Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016.
3. Веснин, В.Р., Кафидов, В.В. Корпоративное управление: учебник / М.: Инфра-М, 2017.
4. Основы управления [Текст]: учебное пособие для бакалавров / Т.Е. Берёзкина [и др.]; отв. ред. А. А. Петров. - М.: Проспект, 2015.
5. Планирование на предприятии (организации) [Текст]: учебное пособие / Е. С. Вайс [и др.]. - 5-е изд., стереотип. - М.: КНОРУС, 2016.
6. Стратегический менеджмент [Текст]: учебник / под ред. А. Н. Петрова. - СПб.: Питер, 2015.
7. Теплова, Т.В. Корпоративные финансы [Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. В. Теплова; Высшая школа экономики. - М.: Юрайт, 2017.
8. Управление человеческими ресурсами [Текст]: учебник для бакалавров = Human Resource Management: Edited by Doctor of Economic / Санкт-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов; под ред. И. А. Максимцева. - М.: Юрайт, 2017.

К разделу «Финансовый менеджмент»

1. Басовский, Л.Е. Финансовый менеджмент [Текст]: учебник / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2016.
2. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Долгосрочная финансовая политика. Инвестиции [Текст]: учебное пособие / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2016.
3. Клишевич, Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ [Текст]: учебное пособие / Н. Б. Клишевич. - М.: КНОРУС, 2017.
4. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент [Текст]: конспект лекций с задачами и тестами / В. В. Ковалев, В. В. Ковалев. - М.: Проспект, 2017.
5. Ковалев, В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью [Текст]: учебно-практ. пособие / В. В. Ковалев. - М.: Проспект, 2015.
6. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах [Текст]: учебное пособие / В. В. Ковалев, В. В. Ковалев. - М.: Проспект, 2015.
7. Сеницкая, Н.Я. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / - М.: ЮРАЙТ, 2016.
8. Финансовый менеджмент: учебник / Н. И. Берзон [и др.]; под ред. Н. И. Берзона, Т. В. Теплово. - М.: Academia, 2017.

К разделу «Маркетинг»

1. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для бакалавров и специалистов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич; под общ. ред. Г.А. Багиева. - 5-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Питер, 2017.
2. Бронникова, Тамара Семёновна. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие / Т. С. Бронникова. - 3-е изд., перераб. - М.: КНОРУС, 2016.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: «Питер», 2017.
4. Коротков, Анатолий Владимирович. Маркетинговые исследования [Текст]: учебник для бакалавров / А. В. Коротков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014.
5. Маркетинг [Текст]: учебник для вузов / С. Божук [и др.]. - 5-е изд., - СПб.: Питер, 2017.
6. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для бакалавров / Финансовый ун-т при Правительстве РФ; под общ. ред. О. Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2017.
7. Пронина Н.Н. Маркетинг: учебное пособие / Н. Н. Пронина; Пенз. гос. ун-т. - Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2014.
8. Секерин, Владимир Дмитриевич. Основы маркетинга [Текст]: учебное пособие / В. Д. Секерин. - М.: КНОРУС, 2017.
9. Сеницына, Оксана Николаевна. Маркетинг [Текст]: учебное пособие / О. Н. Сеницына. - М.: КНОРУС, 2016.

Председатель комиссии
по проведению вступительного испытания
на направление «Менеджмент»



Голдина А.А.