

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ ИНСТИТУТ
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «Менеджмент организаций»

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ**
Образовательная программа подготовки бакалавров
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Приём 2023 года

Горловка – 2023

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа вступительных испытаний по направлению подготовки для зачисления по образовательной программе высшего образования «бакалавр» направления подготовки «Менеджмент», разработанная на основании государственного образовательного стандарта профессионального образования и примерной основной образовательной программы по направлению «Менеджмент». В соответствии с основной образовательной программой направления подготовки «Менеджмент» на вступительное испытание выносятся такие дисциплины: менеджмент, экономика предприятия, финансы предприятия, маркетинг.

2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

2.1 Менеджмент

2.1.1 Понятие и сущность менеджмента

Сущность и содержание понятия «менеджмент». Предмет и объект менеджмента. Современная парадигма управления. Уровни менеджмента. Функции менеджмента. Системный ситуационный подходы в менеджменте. Требования, предлагаемые к менеджеру.

2.1.2 Эволюция управленческой мысли

Исторические предпосылки менеджмента. Подходы к менеджменту на основе выделения разных школ. Современные направления теории менеджмента.

2.1.3 Организация как объект управления

Сущность и содержание понятия «организация» (предприятие). Виды организаций: формальные и неформальные. Общие характеристики организации, её ресурсы. Зависимость от внешней среды: горизонтальное и вертикальное разделение труда. Внутренние изменения организаций: цель, структура, технология, задание и их характеристика.

2.1.4 Внешняя среда организаций

Внешняя среда организаций и его характеристики. Среда прямого воздействия и косвенного воздействия. Факторы международного окружения.

2.1.5 Управленческие коммуникации

Коммуникация как форма соединения процессов в управлении. Структура коммуникационного процесса, этапы и элементы. Каналы и способы коммуникаций. Обмен информацией и общение. Организационные и межличностные коммуникации. Усовершенствование формальных коммуникаций.

2.1.6 Функция планирования

Планирование – ведущая функция управления. Сущность планирования и основные элементы системы планирования. Задание планирования. Тактика, политика, процедуры и правила – основные компоненты планирования. Стратегии организации и её компоненты. Принципы стратегии. Этапы разработки стратегического плана: разработка общих черт, миссия организации, цель организации. Интерактивное планирование.

2.1.7 Организация как форма управления

Понятие и содержание функции организации. Ее компоненты: делегирование, линейные и функциональные полномочия. Принципы построения. Механические и адаптивные организационные структуры. Виды ОСУ: бюрократическая, линейная, функциональная, централизованная, линейно-штабная, проектная, матричная. Децентрализованные организационные структуры. Принципы их построения и модификации.

2.1.8 Основные теории мотивации

Общая характеристика мотивации как функции управления. Понятия стимулов и мотивации. Потребности человека. Процессуальные и содержательные теории мотивации. Теория справедливости. Теория ожидания.

2.1.9 Система и процесс контроля

Контроль как функция и процесс управления. Сущность и виды контроля. Классификация действующих на предприятиях систем контроля. Контроль поведения рабочих организации.

2.2 Экономика предприятия

2.2.1. Предприятие в социально-ориентированной рыночной экономике.

Предприятие, как субъект хозяйствования, его место в системе рыночных отношений. Производственная программа предприятия в условиях рынка. Производственные мощности предприятия, методы ее определения.

2.2.2 Текущие затраты

Текущие расходы предприятия. Виды себестоимости. Классификация расходов. Калькулирование себестоимости. Обоснование сметы расходов по элементам. Доходы предприятия и источники их формирования. Прибыль как основной показатель финансовых результатов деятельности. Рентабельность. Механизм образования и распределения прибыли.

2.2.3 Оценка эффективности

Оценка эффективности деятельности предприятий, его конкурентоспособности, пути и резервы их повышения.

2.3 Маркетинг

2.3.1 Сущность маркетинга и его современная концепция

Маркетинг как современная форма управления производством и сбытом продукции. Социально-экономическая сущность маркетинга. Причины и условия возникновения. История формирования маркетинговой концепции: основные ее представители и школы. Эволюция рынка и маркетинга. Основные этапы развития рынка. Концепции маркетинга: концепция усовершенствования производства, концепция усовершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально этического маркетинга.

2.3.2 Классификация маркетинга

Виды маркетинга в зависимости от состояния рынка, соотношения спроса и предложения, отрасли, субъекты ведения хозяйства. Глобальный маркетинг.

2.3.3 Характеристики маркетинга

Цели маркетинговой деятельности. Структура системы маркетинга. Контролируемые и неконтролируемые элементы макро- и микросреды предприятия. Оценка конъюнктуры рынка.

2.3.4 Маркетинговые исследования

Получение и анализ маркетинговой информации. Маркетинговые информационные системы. Маркетинговые исследования: анализ рынка товаров; конкурентов; изучение потребностей существующих и потенциальных потребителей, поведение покупателей, мотивации приобретения товаров. Моделирование поведения потребителя. Оценка вместимости рынка. Сегментация рынков. Поиск новых и выбор целевых сегментов рынка.

2.3.5 Маркетинговая товарная политика

Классификация товаров. Использование марок, упаковки, сервисных услуг в формировании товарной политики. Создание и внедрение на рынок новых товаров. Анализ показателей конкурентоспособности товаров. Концепция жизненного цикла товара. Зависимость содержания маркетинговой деятельности от стадии жизненного цикла.

3 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Максимальный суммарный балл по вступительному испытанию – 100

Минимальный балл для участия в конкурсе – 60

УРОВЕНЬ 1

Оценка каждого правильного ответа – 3 баллов.

Максимальная оценка за уровень – 60 баллов

Для первого уровня - задания представлены в виде 20 тестовых вопросов. Из предложенных вариантов абитуриент должен выбрать один правильный ответ.

3 балла начисляется, в случае если абитуриентом приведен исключительно правильный ответ.

0 баллов начисляется, в случае если абитуриентом дан неправильный ответ.

УРОВЕНЬ 2

Оценка каждого правильного ответа – 10 баллов

Максимальная оценка за уровень – 20 баллов

Задание второго уровня сложности представлено в виде двух задач теоретико-прикладного характера.

10 баллов начисляется, если абитуриентом дан абсолютно правильный ответ на поставленный вопрос; получены точные расчеты; в случае необходимости приведено грамотное обоснование полученных результатов.

8 баллов начисляется, в случае если абитуриентом в целом дан правильный ответ, однако имеется ряд погрешностей: допущены математические ошибки; не приведена размерность в расчетах; обоснование полученных результатов неполное.

5 баллов начисляется, если абитуриентом приведены основные определения и формулы, правильно рассчитано не менее 50% показателей.

3 балла начисляется, если абитуриентом не дан правильный ответ на поставленный в задаче вопрос, однако приведены отдельные правильные элементы решения или намечены подходы к решению, но не приведена сама их сущность.

0 – баллы не начисляются, в случае если алгоритм решения задания и расчеты приведены абсолютно неправильно либо вообще отсутствуют.

УРОВЕНЬ 3

Оценка правильного ответа –20 баллов

Максимальная оценка за уровень – 20 баллов

Задание третьего уровня сложности представлено в виде задачи, которая характеризует хозяйственную деятельность предприятия и требует не только выполнения расчетов, но и умения творчески подходить к решению поставленной задачи.

20 баллов выставляется, если абитуриентом дан правильный ответ на поставленный вопрос; получены точные результаты; проведено грамотное обоснование полученных результатов.

15 баллов начисляется, в случае если абитуриентом в целом дан правильный ответ, однако имеется ряд погрешностей: допущены незначительные математические ошибки; не приведена размерность в расчетах; обоснование полученных результатов неполное.

10 баллов начисляется, если абитуриентом приведены основные определения и формулы, правильно рассчитано не менее 50% показателей.

5 баллов начисляется, если абитуриентом не дан правильный ответ на поставленный в задаче вопрос, однако приведены отдельные правильные элементы решения или намечены подходы к решению, но не приведена сама их сущность.

0 – баллы не начисляются, в случае если алгоритм решения задания и расчеты приведены абсолютно неправильно либо вообще отсутствуют.

4 ЛИТЕРАТУРА

Менеджмент

1. Общий менеджмент : учебное пособие / Л. С. Ружанская, Н. Г. Фонова, И. В. Бурлакова [и др.] ; под редакцией Л. С. Ружанской, И. В. Котляревской. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. – 116 с. – ISBN 978-5-7996-2255-8. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR

BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/106471.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Жданкин, Н. А. Менеджмент. Управление в цифровой экономике : курс лекций / Н. А. Жданкин. – Москва : Издательский Дом МИСиС, 2020. – 252 с. – ISBN 978-5-907226-83-8. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/106720.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Ахметова, Г. З. Основы менеджмента : учебное пособие / Г. З. Ахметова. – Омск : Омский государственный технический университет, 2019. – 120 с. – ISBN 978-5-8149-2901-3. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/115438.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Воронин, А. Ю. Основы менеджмента : учебное пособие / А. Ю. Воронин, О. В. Сересева, Л. И. Чурина. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 119 с. – ISBN 978-5-7782-3486-4. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/91292.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Экологический менеджмент : учебное пособие / Д. В. Запорожец, А. В. Назаренко, Д. С. Кенина [и др.]. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2018. – 112 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/93016.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6. Ревзин, С. Р. Природопользование и экологический менеджмент : учебное пособие / С. Р. Ревзин, А. К. Шардаков. – Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2020. – 192 с. – ISBN 978-5-7433-3392-9. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/108698.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Дорофеева, Л. И. Менеджмент : учебное пособие / Л. И. Дорофеева. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2019. – 191 с. – ISBN 978-5-9758-1747-1. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/81026.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. Пользователей.

8. Назаренко, А. В. Менеджмент : учебное пособие / А. В. Назаренко, Д. В. Запорожец, О. С. Звягинцева. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. – 164 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/109365.html> (дата обращения: 10.05.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

9. Менеджмент : практикум / составители М. А. Лоскутова, Н. В. Островская. – Саратов : Вузовское образование, 2020. – 112 с. – ISBN 978-5-4487-0694-3. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS :

[сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/93994.html> (дата обращения: 10.05.2021).
– Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Экономика предприятия

1. Баскакова, О. В. Экономика предприятия (организации): учебник / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. – Москва: Дашков и К, 2018. – 370 с. – ISBN 978-5-394-01688-2. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/85603.html>

2 Экономика предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. Я. Горфинкель, О. В. Антонова, А. И. Базилевич [и др.]; под редакцией В. Я. Горфинкель. – 6-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 663 с. – ISBN 978-5-238-02371-7. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/71241.html>

3. Моисеенко, Д. Д. Экономика предприятий (организаций): краткий курс лекций для студентов обучающихся профилю: экономика предприятия и организаций, менеджмент / Д. Д. Моисеенко. – Симферополь: Университет экономики и управления, 2017. – 153 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/83946.html>

4. Экономика предприятия: теория и практика : учебное пособие / А. Е. Кисова, А. А. Шпиганович, К. В. Барсукова, И. А. Черникова. – 2-е изд. – Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2021. – 149 с. – ISBN 978-5-00175-032-1, 978-5-4488-0982-8. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/101616.html>

5. Экономика предприятия: практикум : учебное пособие / О. А. Кислицына, А. В. Лаврентьева, М. П. Маслов, Р. Г. Тишкова. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 192 с. – ISBN 978-5-7782-3122-1. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/91585.html>

6. Экономика предприятия: учебно-методическое пособие / составители М. Ю. Мишланова, А. А. Калинина, С. Н. Шипова. – Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2019. – 62 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru>

7. Елохова, И. В. Экономика предприятий и организаций: учебное пособие / И. В. Елохова. – Пермь: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 2017. – 101 с. – ISBN 978-5-398-01861-5. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/105544.html>

8. Виноградова, С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для бакалавров / С. А. Виноградова, Н. В. Сорокина, Т. С. Жданова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.

– 207 с. – ISBN 978-5-394-03220-2. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/83130.html>

9. Закон Донецкой Народной Республики «О налоговой системе» № 99-ІНС от 25.12.2015, действующая редакция по состоянию на 30.06.2021.– Текст: электронный // Народный совет Донецкой Народной Республики: [сайт]. – URL: <http://dnrsouet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-narodnoj-respubliki/>

Маркетинг

1. Бекмурзаев, И. Д. Маркетинг: учебное пособие / И. Д. Бекмурзаев, Я. Э. Дадаев. — Грозный: Чеченский государственный университет, 2019. — 144 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107263.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Гончарова, Л. А. Маркетинг: учебное пособие / Л.А. Гончарова, В. С. Чангли, А. В. Прокопенко. — Макеевка: Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2019. — 218 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92339.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Старикова, М. С. Маркетинг : учебное пособие / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, М. В. Дадалова. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2019. — 322 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106216.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Шабашова, Л. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2019. — 160 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89492.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Зюзина, Н. Н. Маркетинг предприятия: учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2018. — 51 с. — ISBN 978-5-88247-893-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88746.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 264 с. — ISBN 978-5-7996-1434-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68468.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Международный маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Менеджмент» / М. Э. Сейфуллаева, Н. Д. Эриашвили, С. В. Земляк [и др.] ; под редакцией М. Э. Сейфуллаевой, Н. Д. Эриашвили. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 260 с. — ISBN 978-9941-9553-9-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101901.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.