

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина»

Программа
вступительного испытания для поступающих на обучение по программам
магистратуры на направление подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

Содержание	
1. Общие положения	3
2. Цель и задачи вступительных испытаний.....	3
3. Содержание программы.....	3
4. Вопросы для собеседования	10
5. Вступительный экзамен: процедура и критерии оценки ответов	12

1. Общие положения

1.1. Программа вступительных испытаний по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» включает в себя междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и собеседование по профилю программы, позволяющие оценить подготовленность поступающих к освоению программы магистратуры.

1.2. В основу программы вступительных испытаний положены квалификационные требования, предъявляемые к магистрам по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

1.3. Программа вступительных испытаний содержит описание процедуры, программы вступительных испытаний и критерии оценки ответов.

1.4. Вступительные испытания проводятся на русском языке.

2. Цель и задачи вступительных испытаний

2.1. Вступительные испытания предназначены для определения подготовленности поступающего к освоению выбранной ОПОП магистратуры и проводятся с целью определения требуемых компетенций поступающего, необходимых для освоения основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». К конкурсному отбору на право поступления на подготовку магистра допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образование.

2.2. Основные задачи экзамена по направлению подготовки и собеседования по профилю программы:

- проверка знаний и умений в области общего менеджмента;
- определение навыков самостоятельного овладения знаниями в области общего менеджмента;
- выявление мотивационной готовности поступающего к обучению в магистратуре, способностей к передаче своих профессиональных знаний и проведения соответствующих прикладных исследований.

3. Содержание программы

Раздел I. Основы менеджмента

Управление социально-экономическими системами (организациями)

Понятие организации и ее основные составляющие. Миссия организации - выражение ее философии и смысла существования. Структура управления. Организационная структура аппарата управления. Внутренняя и внешняя среда. Организация как открытая система. *Внешняя среда прямого воздействия* (поставщики, конкуренты, покупатели, партнеры по бизнесу, государство и его структуры) и *внешняя среда косвенного воздействия* (культура, мораль, традиции, экономические и политические факторы, международное окружение). Жизненный цикл организаций. Основные этапы жизненного цикла организации. Процесс управления организациями: с содержательной точки зрения и информационной. Успешная деятельность организаций.

Методологические основы менеджмента

Понятие методологии. Методология как система, реализующая три основные функции: 1). получение, создание нового знания; 2). структурирование этого знания в

виде новых понятий, категорий, законов, гипотез, теоретических идей, теорий; 3). организация использования новых знаний в общественной практической деятельности (обучение, воспитание, производственная деятельность, культура и искусство, быт).

Общие основы методологии менеджмента: диалектический подход; абстрагирование, принципы: единства теории и практики, определенности, конкретности, познаваемости, объективности, причинности, развития, историзма. Конкретные основы методологии менеджмента: экономические науки: экономическая теория, институциональная экономика, финансы и кредит, бухгалтерский учет, маркетинг, экономическая статистика, мировая экономика и многие другие; системный подход, который является методологией общей теории систем; кибернетический подход; ситуационный подход; исследование операций; прогностика - наука о законах и способах разработки прогнозов динамических систем; теория принятия решений; теория организации; психологи; социологи; социальная психология; антропология; юридическая наука, например, хозяйственное и финансовое право; и многие другие.

Подсистема методов исследования.

Основные *общие* методы проведения исследований в менеджменте:

1) эксперимент; 2) тестирование, анкетирование и интервьюирование и другие методы получения экспертной информации; 3) изучение документации организации; 4) моделирование.

Природа и состав функций менеджмента

Природа функций управления. Общие и конкретные функции. Существующие концепции на природу функций управления. Общие функции по этапам (стадиям) управления: прогнозирование и планирование; организация работы; мотивация; координация и регулирование; контроль, учет, анализ.

Конкретные функции и их типовой состав: перспективное и текущее экономическое и социальное планирование; организация работ по стандартизации; учет и отчетность; экономический анализ; техническая подготовка производства; организация производства; управление технологическими процессами; оперативное управление производством; метрологическое обеспечение; технологический контроль и испытания; сбыт продукции; организация работы с кадрами; организация труда и заработной платы; материально-техническое снабжение; капитальное строительство; финансовая деятельность.

Конкретные функции управления (общее управление, финансовое управление, производство, НИОКР, маркетинг).

Стратегические и тактические планы в системе менеджмента

Планирование - важнейшая функция менеджмента. Виды планирования:

- общее; стратегическое; тактическое; оперативное планирование.

Основные функции управленческой деятельности в рамках процесса планирования: распределение ресурсов, адаптация к внешней среде, внутренняя координация и организационное стратегическое предвидение.

Основные признаки стратегического планирования: цель планирования - долгосрочное обеспечение существования и обеспечения реализации миссии фирмы; носитель идеи планирования - высший менеджмент; проблемы планирования - отсутствие надежности и структурирования; горизонт планирования - длительные сроки; охват - глобальный, широкий спектр альтернатив; принципы - изменение окружающей обстановки (контролируемые факторы).

Стратегическое планирование и его основные этапы: анализ внешней и внутренней среды; формулировка миссии и целей организации; разработка стратегии. Основные стратегии развития: стратегии концентрированного роста; стратегии интегрированного роста; стратегии диверсифицированного роста; стратегии сокращения. Тактическое планирование. Корпоративная стратегия. Бизнес-стратегия. Функциональные стратегии.

Общие методы, применяемые для разработки планов: переговоры, корректировка предыдущих планов, различные интуитивные методы, графические методы, вычисление с помощью электронных таблиц, имитационное моделирование, экспертные системы, математические модели (математическое программирование, сетевое планирование и др.).

Мотивация деятельности в менеджменте

Мотивация человека к деятельности. *Абрахам Маслоу (1908-1970)* и его пирамида потребностей. Пути удовлетворения потребностей по А.Маслоу. Содержательные теории мотивации: теория мотивации *Фредерика Герцберга* и его двухфакторная модель. *Теория потребностей Дэвида МакКлелланда*.

Мотивация персонала с позиций процессуальных теорий: теории ожиданий в менеджменте; теории справедливости. Модель Портера-Лоулера.

Концепция партисипативного управления. Характеристики деятельности человека: - усилие; старание; настойчивость; добросовестность; направленность.

Регулирование и контроль в системе менеджмента

Понятие: регулирование и контроль в менеджменте. Цель контроля. Объект контроля. Стадии контроля. Основные виды управленческого контроля: 1) предварительный; 2) текущий (оперативный); 3) заключительный.

Нормативы управленческого контроля: натуральные, затратные, капитальные, доходные, программные, нематериальные, целевые.

Контроллинг - новая концепция управления, порожденная практикой современного менеджмента: причины возникновения, сущность, содержание.

Управление человеком и управление группой

Человек и группа. Поведение человека и поведение группы. Характерные *особенности* группы (идентификация себя и своих действий с группой; взаимодействие между членами группы; распределение ролей и т.д.).

Типы групп: формальные и неформальные. *Формальные группы* и их специфические особенности. *Неформальные группы* особенности их создания.

Организации, добивающиеся успеха. *Эффективное руководство*. *Лидерство* - как тип управленческого взаимодействия между лидером и последователями, основанный на наиболее эффективном для данной ситуации сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей.

Руководство: власть и партнерство

Руководство и руководитель. Понятие власть в менеджменте и виды власти. Классификация форм власти. Способы управленческого влияния. Влияние и власть. Взаимодействие начальника и подчиненного. Баланс власти.

Делегирование - передача другим (обычно подчиненным) ответственности и авторства операций и/или согласования определенных действий. Уровни делегирования (делегирование деятельности, но не оценок, ответственности, авторства действий). Достоинства и недостатки делегирования. Перечень действий при делегировании.

Партнерство в менеджменте: сущность, понятие. Возрастающая роль партнерства в условиях новой экономики. Виды партнерства. Социальное партнерство в сфере труда и управления. Трудовой кодекс РФ о социальном партнерстве.

Конфликтность в менеджменте

Конфликты в организациях: сущность, природа, влияние на результаты работы персонала организации. Конфликт - как отсутствие согласия между двумя или более сторонами. Управление конфликтом одна из важнейших функций руководителя.

Типы конфликтов. Пять уровней конфликтов в организации. Источники конфликта и пути их разрешения.. Стратегии поведения в конфликте:

1) уход от взаимодействия; 2) сглаживание; 3) борьба; 4) сотрудничество и решение проблемы; 5) поиск компромисса.

Структурные методы управления конфликтом внутри организации. Функциональные конфликты. Дисфункциональный конфликт.

Основная литература:

1. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : [электронный учебник]. Рек. УМО / [Л. В. Плахова, Т. М. Анурина, С. А. Легостаева и др.] .— М. : КноРус, 2010 ;
2. Менеджмент- маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: рекомендовано УМО... / под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер; Национальный исследовательский ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ЮРАЙТ, 2016. – 380 с
3. Исаев Р. А. Основы менеджмента. Учебник. М.: Дашков и Ко, 2010. Объем (стр):264
4. Пустынникова, Е. В. Основы менеджмента : учебное пособие для студ. вузов. Доп. УМО / Е. В. Пустынникова .— 2-е изд., стер. — М. : КноРус, 2011 .— 316 с.
5. Веснин В. Р. Основы менеджмента : учебник для студ. вузов / В. Р. Веснин .— М. : Проспект, 2011 .— 306 с.
6. Веснин, В. Р. Управление человеческими ресурсами : теория и практика: учебник / Веснин, Владимир Рафаилович. – М. : Проспект, 2015. – 688 с. –
7. Основы менеджмента : учебное пособие для студ. вузов. Доп. УМО / [Л. Л. Алехина, Т. М. Анурина, Б. А. Бочкарев и др.] .— 2-е изд., стер. — М. : КноРус, 2010 .— 486 с.
8. Шихвердиев А.П., Серяков А.В. Социальная ответственность бизнеса: учебное пособие [электронный ресурс] Сыктывкар:изд-воСыктывкарского государственного университета, 2011.
9. Шихвердиев А.П. Корпоративный директор : учебное пособие / А.П. Шихвердиев. - Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2018 - 210 с.
10. Оганезова Н. А. Эффективный менеджмент: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие : Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». — Электрон. текстовые дан. (1,0 Мб). — Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2018.

Дополнительная литература:

1. Якокка Ли. Карьера менеджера. Пер. с англ. - М.: Филинь, 2008. - 348 с.
2. Шихвердиев А.П. Корпоративный менеджмент // Учебное пособие [Электронный ресурс] - Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 2009. № рег.50200901048 ВНИИЦ.
3. Шихвердиев А.П. Корпоративный директор : учебное пособие / А.П. Шихвердиев. - Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2018 - 210 с.

4. Шихвердиев А.П., Серяков А.В. Корпоративная социальная ответственность: теория и практика. - Москва: ЭконИнформ, 2010.
5. Шихвердиев А.П. Корпоративное управление: теория и практика. - Москва: ЭконИнформ, 2010.
6. Шихвердиев А.П. Частно-государственное партнерство: учебное пособие [электронный ресурс] Сыктывкар: изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2011.
7. Чарина, А. М. Основы менеджмента : учебное пособие. Утв. НМС. Ч.1 / А. М. Чарина, В. П. Чесноков. - Сыктывкар : КРАГСИУ, 2007 .— 145 с.
8. Мескон, М. Х. Основы менеджмента : учебное пособие / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. -3-е изд. - М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2008 . - 672 с.
9. Попов С. Г. Основы менеджмента: учебное пособие / С. Г. Попов .— 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Ось-89, 2006. - 176 с.
10. Шихвердиев А.П. Механизмы повышения эффективности управления человеческим капиталом Монография [электронный ресурс] - Сыктывкар: изд- во СыктГУ, 2013.
11. Шихвердиев А.П. Развитие предпринимательства в Республике Коми. Монография [электронный ресурс] Сыктывкар: изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2013.

Периодические издания - журналы

1. Менеджмент в России и за рубежом.
2. Проблемы теории и практики управления.
3. Менеджмент и маркетинг в России и за рубежом
4. Вопросы экономики
5. Экономист
6. Эко - Экономика и организация производства
7. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета.

РАЗДЕЛ 2. Маркетинг в системе управления фирмой: цели, инструменты, направления.

1. Объективные основы и сущность маркетинговой концепции управления фирмой.
2. Цели и функции маркетинговой деятельности. Комплекс маркетинга.
3. Маркетинговая среда фирмы: внутренняя и внешняя микросреда, макросреда.
4. Маркетинговые исследования: основные методы и направления.
5. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге.
6. Товар в системе маркетинга. Классификация товаров. Качество товара.
7. Новый товар в маркетинге. Жизненный цикл товара. Учет ЖЦТ в маркетинговой деятельности.
8. Конкурентоспособность продукции. Позиционирование товара. Обеспечение конкурентных позиций на рынке.
9. Товарные знаки. Торговая марка. Бренд как инструмент маркетингового управления.
10. Сбытовая политика фирмы. Каналы товародвижения. Торговые посредники: их виды и функции.

11. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса продвижения и их использование на протяжении жизненного цикла товара.
12. Маркетинг услуг.
13. Функции и формы организации службы маркетинга на предприятии. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
14. Основные составляющие комплекса продвижения товара. Определение рекламы. Место рекламы в комплексе продвижения товара. Оценка эффективности рекламы.
15. Правовое регулирование маркетинговой деятельности.
16. Функциональная маркетинговая стратегия фирмы. Рыночная сегментация, выбор целей и стратегия позиционирования. Эффективный комплекс маркетинга.
17. Роль и система маркетингового планирования и контроля. Оценка результативности маркетинга.
18. Методология отраслевого анализа. Оценка привлекательности рынка. Использование результатов отраслевого анализа в разработке деловой стратегии фирмы.
19. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации на предприятии
20. Роль маркетинга в создании устойчивых конкурентных преимуществ компании.
21. Модель покупательского поведения. Процесс принятия решений о покупке. Осознание необходимости покупки. Информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Реакция на покупку.
22. Ценообразование в маркетинге: факторы и методы.
23. Экономическая роль и структура каналов сбыта. Стратегии охвата рынка. Коммуникационные стратегии в каналах сбыта.
24. Рекламная коммуникация. Цели рекламы. Выбор средств рекламы. Решения о рекламном бюджете. Оценка эффективности рекламы.
25. Содержание и основные направления маркетинговых исследований.
26. Система маркетинговых исследований. Общая характеристика этапов их проведения. Сущность, роль маркетинговых исследований в управлении.
27. Методология отраслевого анализа. Анализ привлекательности, структуры и ключевых факторов успеха в отрасли.
28. Понятие маркетинговой среды: макро- и микросреда. Теоретические подходы к анализу. Роль анализа внешней среды в разработке маркетинговой стратегии предприятия.
29. Теоретические к разработке корпоративной стратегии (портфельной, деловой, отношенческой и функциональной).
30. Природа и роль маркетинговых коммуникаций. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
31. Информационно-аналитическое обеспечение службы маркетинга на предприятии. Маркетинговая информационная система.
32. Разработка функциональной маркетинговой стратегии предприятия.
33. Стратегический маркетинг: оценка привлекательности и сегментация рынка, измерение конкурентоспособности и разработка конкурентной стратегии фирмы.

34. Маркетинговые исследования каналов распределения и товародвижения.
35. Роль и функции маркетинга в компании: стратегический и операционный маркетинг.
36. Стратегическое маркетинговое планирование. Структура и содержание маркетингового плана. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
37. Маркетинговые каналы: структура, функции, эффективность функционирования.

Рекомендуемая литература

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/ Пер. с англ. - СПб: Питер, 2012.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. - М.: Альпина Паблишер, 2011
3. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга/ Пер. с англ. / 4-е европ. изд. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2008.
4. Руделиус У. и др. Маркетинг. 1-е российское издание. М.: Де-ново, 2001.
5. Котлер Ф., Джайн Д., Мейсини С. Манёвры маркетинга. Современные походы к прибыли, росту и обновлению. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
6. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2000.
7. Закон РФ «О защите прав потребителей».
8. Закон РФ «О рекламе».
9. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление/ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук-СПб: Питер, 2007.
10. Аакер Д., Кумар В., Дэй Дж. Маркетинговые исследования. 7-е издание/ Пер. с англ. Под ред. С. Божук. - СПб.: Питер, 2004.
11. Годин, А. М. Маркетинг: учебник.— 9-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и Ко, 2014
12. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. - СПб: Питер, 2002.
13. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015
14. Классика маркетинга / Составители Энис Б.М., Кокс К.Р., Моква М.П. -СПб.: Питер, 2001.
15. Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. - СПб: Питер, 2010.
16. Маркетинг взаимодействия : новые направления исследований и инструментарий : монография / Минобрнауки РФ; ФГБОУ ВПО "СыктГУ"; СПб гос. эконом. ун-т; под ред. Г. Л. Багиева, Ю. Ф. Поповой .— Сыктывкар : Изд-во СыктГУ, 2014
17. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие / под ред. С. В. Карповой .— М. : Юрайт, 2014 .
18. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах. Учебник / Под ред. проф. Л.А. Данченко. — М.: ООО «Маркет ДС корпорейшн», 2004.

19. Минько, Э. В. Маркетинг: учебное пособие.— М. : Юнити-Дана, 2012 .
20. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник / И. М. Синяева .— М., 2013
21. Третьяк О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления. Серия учебников «Учебник Московского Государственного Университета им. М.В. Ломоносова». - М.: Инфра-М, 2005

4. Вопросы для собеседования

Раздел 1. Основы менеджмента

1. Управление социально-экономическими системами (организациями)
2. Методологические основы менеджмента
3. Природа и состав функций менеджмента
4. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента
5. Мотивация деятельности в менеджменте
6. Регулирование и контроль в системе менеджмента
7. Управление человеком и управление группой
8. Руководство: власть и партнерство
9. Конфликтность в менеджменте

II. Управление персоналом

1. Современные подходы к управлению персоналом
2. Организация деятельности по управлению персоналом
3. Мотивация и стимулирование персонала: теоретические и практические аспекты разработки и внедрения системы стимулирования персонала

III. Стратегический менеджмент

1. Стратегическое управление: содержание и составляющие
2. Анализ среды
3. Миссия и цели организации

IV. Корпоративный менеджмент

1. Органы управления в компаниях.
2. Корпоративные конфликты.
3. Корпоративная социальная ответственность.
4. Интересы и права субъектов корпоративных отношений.

V. Эффективный менеджмент

1. Эффективность менеджмента организации.
2. Тайм-менеджмент.
3. Методы правления конфликтами.
4. Стресс-менеджмент

Рекомендуемая литература:

1. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : [электронный учебник]. Рек. УМО / [Л. В. Плахова, Т. М. Анурина, С. А. Легостаева и др.] .— М. : КноРус, 2010 ;

2. Менеджмент- маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: рекомендовано УМО... / под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер; Национальный исследовательский ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ЮРАЙТ, 2016. – 380 с
3. Исаев Р. А. Основы менеджмента. Учебник. М.: Дашков и Ко, 2010. Объем (стр):264
4. Пустынникова, Е. В. Основы менеджмента : учебное пособие для студ. вузов. Доп. УМО / Е. В. Пустынникова .— 2-е изд., стер. — М. : КноРус, 2011 .— 316 с.
5. Веснин В. Р. Основы менеджмента : учебник для студ. вузов / В. Р. Веснин .— М. Проспект, 2011 .— 306 с.
6. Веснин, В. Р. Управление человеческими ресурсами : теория и практика: учебник / Веснин, Владимир Рафаилович. – М. : Проспект, 2015. – 688 с.
7. Основы менеджмента : учебное пособие для студ. вузов. Доп. УМО / [Л. Л. Алехина, Т. М. Анурина, Б. А. Бочкарев и др.] .— 2-е изд., стер. — М. : КноРус, 2010 .— 486 с.
8. Шихвердиев А.П., Серяков А.В. Социальная ответственность бизнеса: учебное пособие [электронный ресурс] Сыктывкар: изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2011.
9. Шихвердиев А.П. Корпоративный директор : учебное пособие / А.П. Шихвердиев. - Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2018 - 210 с.
10. Оганезова Н. А. Эффективный менеджмент: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие : Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». — Электрон. текстовые дан. (1,0 Мб). — Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2018.

Дополнительная литература:

1. Якокка Ли. Карьера менеджера. Пер. с англ. - М.: Филинь, 2008. - 348 с.
2. Шихвердиев А.П. Корпоративный менеджмент // Учебное пособие [Электронный ресурс] - Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 2009. № рег.50200901048 ВНТИЦ.
3. Шихвердиев А.П., Серяков А.В. Корпоративная социальная ответственность: теория и практика. -Москва: ЭконИнформ, 2010.
4. Шихвердиев А.П. Корпоративное управление: теория и практика. - Москва: ЭконИнформ, 2010.
5. Шихвердиев А.П. Частно-государственное партнерство: учебное пособие [электронный ресурс] Сыктывкар: изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2011.
6. Чарина, А. М. Основы менеджмента : учебное пособие. Утв. НМС. Ч.1 / А. М. Чарина, В. П. Чесноков. - Сыктывкар : КРАГСиУ, 2007 .— 145 с.
7. Мескон, М. Х. Основы менеджмента : учебное пособие / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. -3-е изд. - М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2008 . - 672 с.
8. Попов С. Г. Основы менеджмента: учебное пособие / С. Г. Попов .— 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2006. - 176 с.
9. Шихвердиев А.П. Механизмы повышения эффективности управления человеческим капиталом Монография [электронный ресурс] - Сыктывкар: изд- во СыктГУ, 2013.

10. Шихвердиев А.П. Развитие предпринимательства в Республике Коми. Монография [электронный ресурс] Сыктывкар: изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2013.

Периодические издания - журналы

1. Менеджмент в России и за рубежом.
2. Проблемы теории и практики управления.
3. Менеджмент и маркетинг в России и за рубежом
4. Вопросы экономики
5. Экономист
6. Эко - Экономика и организация производства
7. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета.

5. Вступительный экзамен: процедура и критерии оценки ответов

Вступительный экзамен проводится в письменно-устной форме. Письменная часть экзамена предполагает развернутые ответы на вопросы экзаменационного билета, включающего 2 вопроса. Для письменного ответа абитуриент использует экзаменационные листы. Устная часть экзамена предполагает ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, заданные аттестационной комиссией. Во время подготовки к письменной и устной частям экзамена не допускается использование вспомогательных материалов, электронных приборов.

В ходе экзамена поступающий должен показать:

Владение:

1. Основными концепциями менеджмента, навыками их использования для эффективного принятия управленческих решений;
2. Профессиональной терминологией и лексикой менеджмента;
3. Методами и инструментами стратегического менеджмента;
4. Навыками по подготовке и анализу исходной маркетинговой информации для построения стратегий.

Умение:

1. Ориентироваться в основных концепциях и направлениях менеджмента;
2. Применять теоретические знания для анализа реальных экономических явлений, управленческих ситуаций;
3. Проводить сравнительный анализ управленческих моделей, оценивать риски принятия решений;

Знание:

1. Основ функционирования современного предприятия (организации);
2. Моделей построения организационных структур управления предприятием (организацией);
3. Основных результатов новейших исследований, опубликованных в ведущих профессиональных журналах по проблемам эффективного управления.

Для абитуриентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов вступительные испытания проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Общая продолжительность экзамена составляет не более – 90 мин., с учетом индивидуальных особенностей абитуриента.

Время, отводимое на подготовку письменного ответа – 45 мин.

Время, отводимое на подготовку устного ответа – 45 мин.

Критерии оценки ответов поступающих

Максимальное количество баллов за экзамен – 100 баллов

Поступающий, набравший менее 60 баллов за экзамен не может быть зачислен в магистратуру.

Таблица 1

Критерии оценки ответов поступающих

Диапазон присваиваемых баллов	Критерии соответствия
90-100	Дан полный, правильный ответ: полно и правильно указаны и определены все признаки, основания, элементы, стадии развития явления, процесса, события, процедуры, задачи и их возможные последствия. Указаны основные точки зрения, принятые в научной литературе, аргументирована собственная позиция или точка зрения.
70-89	Правильно названы все необходимые для обоснования признаки, основания, элементы, стадии и последствия, но при этом допущена неточность или ошибка в определении, имеются недостатки в аргументации, допущены фактические и терминологические неточности, которые не носят существенного характера.
60-69	Правильно названы и определены не все необходимые для обоснования признаки, элементы, основания, стадии и последствия. Допущена неточность или ошибка в определении, слабо выражена аргументация, имеются фактические и терминологические неточности. Собственная точка зрения не представлена.
Менее 60	Недостаточно полный (или неверный) ответ на вопросы билета; краткость ответов на дополнительные вопросы экзаменаторов; недостаточное знание теоретического и фактического материала.

0	Поступающий при подготовке ответа пытался пользоваться или пользовался не предусмотренными Правилами приема вспомогательными средствами (электронными, печатными и другими).
---	--