

Минобрнауки России
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования «Сыктывкарский
государственный университет имени Питирима Сорокина»
(ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»)

Программа
вступительного испытания для поступающих на обучение
по программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре
по специальной дисциплине
Направление 38.06.01 «Экономика»
Направленность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»

Для прохождения вступительного испытания по специальной дисциплине поступающий представляет реферат, который должен быть размещен в электронной информационной среде Moodle.

Требования к реферату

Требования по содержанию и критерии оценки реферата по направлению подготовки Экономика (38.06.01) (Экономика и управление народным хозяйством (08.00.05)) высшего профессионального образования соответствуют требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.06.01 Экономика (уровень подготовки кадров высшей квалификации)" и определяются уровнем образовательной программы.

Реферат должен содержать совокупность научных положений, выдвигаемых автором для защиты, иметь внутреннее единство, свидетельствовать о способности автора самостоятельно вести научный поиск, используя теоретические знания и практические навыки, видеть профессиональные проблемы, уметь формулировать задачи исследования и методы их решения. Содержание реферата могут составлять результаты теоретических исследований, разработка новых методологических подходов к решению научных проблем, а также решение задач прикладного характера.

Тема реферата должна отражать специализацию автора и соответствовать направленности подготовки по направлению Экономика (38.06.01) (Экономика и управление народным хозяйством (08.00.05)).

Реферат должен включать обоснование актуальности темы и ее связь с предыдущими разработками.

Рекомендуемый объем реферата - от 20 до 30 страниц печатного текста без приложений.

Оформление работы должно соответствовать требованиям, изложенным в соответствующих разделах настоящих методических рекомендаций.

Методические указания по написанию реферата

Структура реферата

Структура реферата включает следующие основные элементы в порядке их расположения:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть (главы, параграфы);
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Титульный лист реферата считается первой страницей, но номер страницы не проставляется.

После титульного листа следует содержание. Содержание включает введение, наименование всех глав, параграфов, пунктов, заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы, печатается через 1,5 интервал. Заголовок СОДЕРЖАНИЕ пишется заглавными буквами посередине строки без точки. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования и необходимость её дальнейшего научного изучения, формулируются цели и задачи, определяется объект и предмет исследования, методы и теоретическая база исследования, структура работы, а также элементы научной новизны и практической значимости.

Обоснование актуальности темы исследования - одно из важных требований, предъявляемых к реферату. Для раскрытия актуальности выбранной темы следует показать суть проблемной ситуации, требующей решения.

Цель исследования - это прогнозирование результата, определение оптимальных путей решения задач в условиях выбора методов и приемов исследования в процессе подготовки реферата. Правильная постановка цели - процесс не менее важный, чем формулирование выводов.

Задачи исследования определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные действия по достижению поставленной цели. Описание их решения составляет содержание составных частей работы, отражая заголовки глав и параграфов.

Постановка цели исследования предполагает определение объекта и предмета исследования.

Объект изучения – это явление, на которое направлена исследовательская деятельность субъекта.

Предмет изучения – это планируемые к исследованию конкретные свойства объекта. Предмет исследования - это, как правило, какая-либо целостная составляющая объекта исследования.

Методология исследования. Определение объекта и предмета исследования определяет выбор соответствующих способов познания. В системе приемов и способов познания обычно выделяют следующие: логику в качестве всеобщего метода познания; общенаучные методы познания: системный подход, структурно-функциональный анализ и т.п.; статистические и математические методы познания, методы социологических исследований; экономические методы познания и др.

Научная новизна характеризует вклад автора в развитие теории исследуемой проблемы. Научная новизна темы реферата может заключаться в уточнении отдельных понятий, в выявлении неизученных сторон объекта исследования, формулировании нового понимания исследуемого явления и рассматриваемых процессов и т.п. При этом следует достаточно четко указать, в чем именно заключается та или иная новизна исследования. Практическая значимость должна заключаться в выработке конкретных мероприятий в рамках исследования. Примерный объем введения 2 – 3 страницы.

Основная часть реферата разбивается на главы и параграфы. Количество глав, параграфов и пунктов строго не регламентируется. Классический вариант – две главы, а в каждой главе должно быть, как правило, 2—3 параграфа. Содержание основной части должно точно соответствовать и полностью раскрывать заявленную тему работы. При написании работы следует обращать внимание на логику, последовательность, правильность построения доказательств, раскрывающих содержание исследования в соответствии с названием работы и целевой установкой.

Одна из глав, как правило, первая, носит теоретический характер, обобщая и систематизируя исследования в рамках изучаемой проблемы. При рассмотрении теоретических вопросов целесообразно использование фактического и статистического материала, что позволяет аргументированно обосновывать то или иное высказывание или свою точку зрения.

Вторая глава носит, как правило, более аналитический, прикладной характер. В ней могут рассматриваться фактическое состояние изучаемой проблемы или её составляющие, анализироваться и оцениваться действующая практика, выявляться закономерности и тенденции развития на основе использования собранных первичных документов, статистической информации за представительный для данного исследования период. Материалы этой главы являются логическим продолжением первой (теоретической) и отражают взаимосвязь практики и теории.

Содержание глав должно обеспечивать формулирование обоснованных выводов и конкретных предложений по исследуемым вопросам.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования, обобщаются основные теоретические положения, формулируются выводы, показывается их связь с поставленной целью и задачами исследования, а также отмечается научная и практическая значимость полученных результатов. В заключении могут определяться основные направления для дальнейшего исследования и разработки проблемы. При этом оно не может подменяться механическим повторением выводов по отдельным главам работы. Предложения и рекомендации должны быть органически связаны с выводами и направлены на улучшение функционирования исследуемого объекта. При разработке предложений и рекомендаций обращается внимание на их обоснованность, реальность и практическую приемлемость. Заключение рекомендуется писать в виде тезисов, примерный объем 3 -4 страницы.

Список литературы является составной частью любой исследовательской работы. Он помещается после заключения и позволяет автору документально подтвердить достоверность и точность приводимых в тексте заимствований: цитат, идей, фактов, таблиц, иллюстраций и других документов, на основе которых проводилось исследование.

Список использованной литературы показывает глубину и широту изучения темы, демонстрирует эрудицию и культуру исследователя. Должен содержать не менее 50 источников. Используемая при написании реферата литература оформляется в соответствии с действующим ГОСТ 7.1 – 2003 и ГОСТ 7.82 -2001.

В приложения включаются материалы, имеющие справочное или документально подтверждающее значение, дополняющие текст работы. Например, копии документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций, нормативно-правовых актов, статистические данные и др. Приложения не должны составлять более 1/3 общего объема реферата. В тексте работы на все приложения должны быть ссылки. Каждое приложение следует начинать с новой страницы. Приложение должно иметь заголовок, который записывается симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Критерии комплексной оценки реферата

Итоговая оценка реферата выставляется с учетом следующих критериев:

Итоговая оценка переводится в стандартную шкалу по следующему правилу:

- менее 50% - неудовлетворительно;
- от 50% до 69% - удовлетворительно;
- от 70% до 84% - хорошо;
- от 85% до 100% - отлично.

При оценке реферата учитываются следующие критерии:

1. степень ее новизны и практической значимости,
2. обоснованность выводов и рекомендаций;
3. новизна предложений, отражающая собственный вклад автора, оригинальность и нестандартность решения;
4. логическая и пропорциональная структура работы, хороший стиль изложения;
5. обширный список первоисточников и ссылок на них;
6. экономическое обоснование предложений;
7. обоснование методологии научного исследования;
8. высокое качество оформления работы.

Тематика рефератов

При выборе темы реферата необходимо руководствоваться паспортом научной специальности ВАК 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, менеджмент).

Тему реферата поступающий формулирует самостоятельно.

1. Маркетинг

Содержание этой области исследования: спрос и предложение, структура и развитие рынков, их исследование и сегментация, рыночное позиционирование продуктов и компаний, конкурентоспособность и конкуренция, концепции маркетинга, методы и формы управления маркетинговой деятельностью в организации в современных условиях развития российской экономики и глобализации рынков.

Объект исследования: отраслевые, региональные и глобальные рынки; коммерческие и некоммерческие организации различных отраслей, сфер и масштабов деятельности; продукты и услуги, являющиеся товарами на рынках (материальные,

нематериальные, интеллектуальные и виртуальные), внешние (покупатели и клиенты) и внутренние (персонал) потребители.

1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга.
2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга.
3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям в экономике России и на глобальных рынках.
4. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш.
5. Внутриорганизационный маркетинг, его цели, методы и влияние на конечные результаты деятельности организации. Маркетинг отношений как элемент корпоративной стратегии, внутренний и интерактивный маркетинг, процесс построения долгосрочных, взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами организации (клиентами, поставщиками, дистрибьюторами, персоналом).
6. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации, управление отношениями с потребителями, в том числе на основе программ лояльности.
7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований.
8. Оценка деятельности конкурентов, ее использование в маркетинговой политике компании; бенчмаркинг.
9. Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях.
10. Стратегии, формы и методы ценовой и неценовой конкуренции на современных рынках товаров и услуг.
11. Ценообразование в маркетинге, разработка ценовой политики компании: ценовые стратегии и методы их реализации в различных рыночных условиях.

12. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге.
13. Товарная и ассортиментная политика в маркетинге компании, маркетинговые аспекты управления проектами.
14. Маркетинговые аспекты управления жизненными циклами продуктов и услуг.
15. Проблемы коммерциализации инноваций, маркетинг инноваций, формы и методы их рыночного позиционирования и использования.
16. Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров.
17. Формирование эффективной системы распределения товаров в компании, управление продажами в современных условиях конкурентной рыночной среды.
18. Развитие дистрибьюторских и дилерских сетей реализации продукции, оптовые и розничные сети, сетевой маркетинг.
19. Методы организации прямого маркетинга и условия их применения.
20. Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.
21. Социально-этический маркетинг в повышении социальной ответственности бизнеса.
22. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в компании.
23. Развитие современных форм и методов рекламной деятельности, организация и оценка эффективности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.
24. Управление продвижением товаров и услуг, в том числе управление выставочной деятельностью.
25. Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии.

26. Разработка системы позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.
27. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории.
28. Формирование и развитие рынка маркетинговых услуг организациям и учреждениям.
29. Маркетинг некоммерческих организаций.

2. Менеджмент

Содержание области исследования: выявление, анализ и разрешение проблем становления и развития теории и практики управления организациями как социальными и экономическими системами с целью вскрытия устойчивых связей и закономерностей, определяющих природу и содержание этих проблем, логику и механизмы их разрешения. В частности, исследование тенденций и закономерностей в области общего и стратегического менеджмента, инновационного менеджмента, управления персоналом, современных производственных систем.

Объект исследования: система органов и институтов публичного управления, организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций (в том числе виртуальные) вне зависимости от формы собственности, отдельные подразделения этих организаций и отдельные процессы, протекающие внутри организаций, персонал организаций, а также объединения организаций (ассоциации, союзы, финансово-промышленные группы, сети и др.) и закономерности их функционирования с учётом влияния внешней среды.

1. Разработка проблем науки управления и методов её познания. Теоретические взгляды на природу, сущность и развитие управления. Современные направления теоретико-методологических разработок в области управления. Предметные и междисциплинарные основания управления.
2. Сущность, структура и отличительные особенности системы публичного управления, основные тенденции и направления ее развития в современных условиях. Принципы организации, ресурсы и процесс публичного управления.

3. Публичное управление в условиях глобализации и становления информационного общества. Особенности национальной организации системы публичного управления. Реформы в системе публичного управления.
4. Государственная политика, механизмы, методы и технологии ее разработки и реализации. Стратегии и тактики в осуществлении государственной политики.
5. Особенности разработки и реализации государственной политики в экономической и социальной сферах. Прямые и обратные связи государственной политики, механизмов, методов и технологий ее разработки и реализации. Развитие форм государственно-частного партнерства. Управление государственным имуществом.
6. Управление по результатам. Система ответственности в сфере публичного управления.
7. Информационное обеспечение системы публичного управления. «Электронная демократия», «электронное государство», «электронное правительство» и технологии электронного администрирования.
8. Управление экономическими системами, принципы, формы и методы его осуществления. Зависимость управления от характера и состояния экономической системы. Управление изменениями в экономических системах. Теория и практика управления интеграционными образованиями и процессами интеграции бизнеса.
9. Организация как объект управления. Теоретико-методические основы управления организацией. Функциональное содержание управления. Структуры управления организацией. Долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные аспекты управления организацией, текущее управление. Управление организацией по стадиям её жизненного цикла.
10. Проектирование систем управления организациями. Новые формы функционирования и развития систем управления организациями. Информационные системы в управлении организациями. Качество управления организацией. Методология развития бизнес-процессов. Развитие методологии и методов управления корпоративной инновационной системой.
11. Процесс управления организацией, её отдельными подсистемами и функциями. Целеполагание и планирование в управлении организацией. Контроль, мониторинг и

бенчмаркинг. Механизмы и методы принятия и реализации управленческих решений. Управление проектом. Управление знаниями. Риск-менеджмент. Управление производством. Современные производственные системы.

12. Оценка управления организациями как социальными и экономическими системами. Критерии оценки эффективности управления. Методы и показатели оценки результативности управления.

13. Организационное поведение, социально-психологические аспекты управления. Группа и поведение группы в процессе управления. Современные теории командообразования, межгрупповые отношения в процессе управления.

14. Организационная культура. Влияние организационной культуры на экономическое и социальное поведение людей. Социокультурные, социально-политические и социально-экономические факторы развития организационной культуры. Методологические вопросы изучения организационной культуры.

15. Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Внешняя и внутренняя среда организации. Процесс и методы разработки и реализации стратегии. Развитие форм стратегического партнерства. Содержание и методы стратегического контроля. Корпоративные стратегии, оптимизация размера фирмы и вертикальная интеграция, стратегии диверсификации. Формирование и управление цепочками создания ценности. Конкурентоспособность бизнеса. Создание и удержание ключевых компетенций. Стратегические ресурсы и организационные способности фирмы. Сбалансированная система показателей как инструмент реализации стратегии организации. Процесс построения сбалансированной системы показателей (ССП). Преимущества и недостатки применения СПП в российских условиях. Управление жизнеспособностью организации.

16. Управление организацией в контексте международного бизнеса. Организация и управление международной компанией. Международные бизнес-стратегии. Международные альянсы и сети фирм. Слияния и поглощения в международном бизнесе.

17. Корпоративное управление. Формы и методы корпоративного контроля. Управление стоимостью фирмы. Роль и влияние стейкхолдеров на организацию. Миссия организации. Корпоративная социальная ответственность. Социальная и экологическая ответственность бизнеса.

18. Лидерство в организации. Типы и модели лидерства. Диалектика взаимосвязей лидера и последователей. Управление конфликтами. Типы конфликтов в процессах управления организацией, формы и методы их преодоления. Пути и методы предупреждения трудовых конфликтов и их разрешения.

19. Кадры управления: роль и место в системе управления. Формирование, подготовка и развитие кадров управления. Управление карьерой и профессионально-должностным продвижением управленческих кадров. Методы стимулирование менеджеров высшего звена.

20. Управление человеческими ресурсами как особый вид профессиональной деятельности: цели, функции, принципы, эволюция подходов. Сущность экономических и социальных задач управления персоналом предприятий и организаций. Компетентность персонала и компетентность организации. Кадровая политика: выработка и реализация. Инновации в организации трудовой деятельности и управлении персоналом. Организация и осуществление работы по управлению персоналом.

21. Эффективность труда персонала. Взаимосвязь эффективности управления персоналом с результативностью труда каждого работника. Оценка персонала и результатов его труда. Организация социально-трудового мониторинга, проведение анализа трудовых показателей. Контроллинг и аудит персонала, планирование и прогнозирование развития. Бюджетирование расходов на персонал.

22. Социальное развитие и социальное партнёрство как ключевое направление регулирования социально-трудовых и социально-экономических отношений в рыночном хозяйстве. Трудовые отношения и их регулирование посредством социального партнерства (генеральные, отраслевые, территориальные соглашения и коллективные договора); механизмы регулирования трудовых отношений при различных формах собственности; мотивы и стимулы к труду, их взаимосвязи с трудовым поведением работников, удовлетворенностью трудом.

23. Международные аспекты в области управления персоналом. Проблемы кросскультурного взаимодействия и управления кросскультурными коллективами. Деятельность международных организаций по вопросам управления персоналом.

24. История управленческой мысли. Зарождение и развитие взглядов на управление в рамках отдельных научных школ. Взаимосвязь между развитием теоретического осмысления управления и процессами, протекающими в экономических системах.

25. Историческое развитие систем управления. Логика развития систем управления, факторы, определяющие динамику и направление эволюции систем управления. Сравнительный анализ систем управления в различных социо-культурных и политических средах. Исторический опыт развития систем управления в отдельных странах.

26. Управленческое консультирование. Роль и место управленческого консультирования в практике развития систем управления. Содержание, формы и методы управленческого консультирования. Формирование и развитие кадров управленческого консультирования.

27. Теория и практика управления некоммерческими организациями.

28. Теория и практика антикризисного управления организацией. Развитие моделей антикризисного управления.