

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ
ПОСТУПАЮЩИХ НА ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Структура вступительного испытания:

1. ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА.....	2
2. МАРКЕТИНГ	7
3. ТЕОРИЯ СТАТИСТИКИ.....	12
4. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	17
5. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ.....	20

Москва

2018

1. ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Понятие менеджмента. Создание ценности для потребителя

Менеджмент и управление. Взаимодействие объекта и субъекта управления. Сущность и содержание понятия «менеджмент». Менеджмент как система научных подходов и междисциплинарная наука, базирующаяся на знаниях в области экономики, психологии, права, социологии и других наук. Принципы менеджмента. Менеджмент в системе государственной службы и его роль в обществе. Ценность продуктов/услуг для клиентов. Современные инструменты менеджмента.

Объект управления в менеджменте

Содержание объекта управления. Организация как объект управления

Понятие организации. Основные черты и виды организаций. Общие характеристики организаций. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Уровни управления организаций. Характеристика организаций как объекта управления. Критерии эффективности управления организациями. Система органов публичного управления, организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций.

Субъект управления в менеджменте

Описание субъекта управления. Управленческие решения. Процессы управления. Результаты взаимодействия субъекта и объекта управления. Формирование показателей для менеджера. Эффективный и результативный менеджер.

Деятельность менеджера

Формирование показателей для менеджера. Формирование показателей для менеджера. Эффективный и результативный менеджер. Скрытые проблемы, неочевидные решения и незамеченные возможности в деятельности менеджеров.

Отношения собственности в менеджменте

Собственность. Виды собственников в менеджменте: владельцы, совладельцы, инвесторы, предприниматели. Типы собственников: результативный собственник, эффективный собственник.

Бизнес-модели в менеджменте

Понятие бизнес-моделей. Понятие бизнес-моделей. Составляющие бизнес-моделей: ценность продукта/услуги, ключевые ресурсы, формула прибыли, система управления.

Эффективность и результативность менеджмента

Понятие эффективности. Оценка эффективности деятельности организации. Эффективность менеджмента. Понятие результативности. Оценка результативности деятельности организации. Результативность менеджмента.

Управленческие решения

Выработка и принятие управленческих решений. Виды управленческих решений. Реализация управленческих решений. Оценка эффективности управленческих решений.

Бизнес-процессы организации

Классификация бизнес-процессов: основные бизнес-процессы, процессы управления, процессы обеспечения. Описание бизнес-процессов. Трудоемкость реализации бизнес-процессов.

Основные функции менеджмента

Планирование как функция менеджмента. Организационная функция менеджмента. Мотивация, как функция менеджмента. Координация и контроль в менеджменте. Управленческий труд и его специфика. Категории управленческих работников. Типы менеджеров. Функции менеджера. Роль менеджера в государственных органах.

Организационные структуры управления

Понятие организационных структур управления. Норма управляемости. Виды организационных структур управления. Оценка эффективности организационных структур управления.

Организационное проектирование

Этапы организационного проектирования. Элементы проектирования организации. Построение цепочек создания ценности. Описание процессов управления и обеспечения. Определение ответственных исполнителей. Формирование матрицы ответственности. Расчет потребности в персонале. Проектирование организационной структуры управления.

Процессы развития в менеджменте

Миссия, видение, ценности, цели и показатели компании. Принцип SMART. Стратегия развития компании. Формализация стратегии. Сбалансированная система показателей. Разработка стратегических карт. Описание мероприятий, направленных на достижение целей.

Механизм управления в менеджменте

Механизм управления. Система управления. Экономические, административные и социально-психологические методы управления в менеджменте. Организационно-экономический механизм управления.

Лидерство организации

Типы лидерства и стадии развития организации. Трансформация лидерства через жизненные циклы организации. Предпринимательское лидерство. Управленческое лидерство. Технологическое лидерство. Лидерство организации. Понятие, структура и сущность организационной культуры. Определение «сильной» и «слабой»

организационной культуры. Культура организации как фактор эффективности. Экономическая функция организационной культуры. Инновационная культура организации. Управление организационной культурой. Взаимовлияние культуры организации и стиля руководства.

Модели создания стоимости организации

Эффективные бизнес-модели в менеджменте. Технологии построения эффективных бизнес-моделей. Роль информации в управлении. Информация, ее свойства, влияние информации на эффективность управления.

Стоимость организации как результат эффективной и результативной деятельности менеджера

Стоимость компании. Оценка стоимости организации. Доходный, сравнительный, затратный подходы к оценке стоимости организации. Методы оценки стоимости организации.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Андреев С.Н. Некоммерческий маркетинг: учебное пособие. М.: Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
2. Блэкуэлл Р., Миниарт П., Энджел Дж. Поведение потребителей, 10-е издание – СПб.: Питер, 2009 г.
3. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 656 с.
4. Масленников В.В. Формализация стратегий на основе сбалансированной системы показателей: учебное пособие / В.В. Масленников, Ю.В. Ляндау, А.С. Чигров. — Москва: РУСАЙНС, 2016. — 230 с.
5. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации, 2-е издание. – М.: Дело и сервис, 2011г.
6. Голубкова Е. Н., Сейфуллаева М. Э.. Международный маркетинг. М.: ДИС, 2008.
7. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: стратегические решения: учебное пособие. / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
8. Интернет-маркетинг: учеб. пособие / А. А. Мешков, Ж. Б. Мусатова, М. Д. Твердохлебова, М. А. Горохов, Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
9. Калинина И.А. Самоменеджмент руководителя. – Москва: Изд-во: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015. – 98 с.
10. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. Олимп-Бизнес, 2017. – 320 с.

11. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 13-е издание. СПб.: Питер, 2012.
12. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2011.
13. Малхотра Нэреш К.. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-ое издание. – Вильямс, 2007.
14. Маркетинговые исследования: учебное пособие/ Скоробогатых И.И., Мешков А.А., Лопатинская И.В., Ефимова Д.М., Шишкин А.В. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
15. Мусатов Б.В., Мусатова Ж.Б. Маркетинговое планирование а аудит: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
16. Масленников В.В., Ляндау Ю.В., Калинина И.А. Менеджмент: Учебник. М.: Изд-во: Кнорус, 2019. – 422 с. (бакалавриат и магистратура).
17. Мусатов Б.В., Мусатов Ж.Б. Экономический анализ маркетинговых решений: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
13. Портер М. Конкурентная стратегия: методы анализа отрасли и конкурентов. 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007 1
18. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И., Цветкова А.Б., Хапенков В.Н., Федюнин Д.В. Интегрированные коммуникации. М.: изд-во Академия, 2014
19. Сейфуллаева М. Международный маркетинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010 16.
- Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг, 3-е издание – М.: Инфра-М, 2012.
20. Черчилль Г., Браун Т.. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007.

Периодические издания. Журналы:

1. «Вестник РЭУ им.Г.В.Плеханова» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 12 раз в год, входит в список ВАК)
2. «Человеческий капитал и профессиональное образование» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 4 раза в год).
3. «Маркетинг в России и за рубежом» (периодичность 6 раз в год, издательство ДиС)
4. «Маркетинг и маркетинговые исследования» (периодичность 6 раз в год, входит в список ВАК, издательский дом «Гребенников»)
5. «Маркетинг и финансы» (периодичность 4 раза в год, издательский дом «Гребенников»)
6. «Практический маркетинг» (периодичность 6 раз в год, издательство ВСIMarketing)
7. «Маркетинг-про» (периодичность 4 раза в год, <http://www.marketingpro.ru>)
8. «Секрет фирмы» (деловой еженедельник)

9. «Эксперт» (деловой журнал)
10. «Компания» (деловой журнал)
11. «Деньги» (деловой журнал)

Интернет-ресурсы

1. <http://www.cfin.ru> - вопросы менеджмента и маркетинга
2. <http://www.consultmarketing.ru> - сайт М. Иванова и М. Фербера
3. <http://www.e-xecutive.ru> - информационный портал, посвященный вопросам менеджмента
4. <http://www.expert.ru> - сайт журнала "Эксперт"
5. <http://www.gazeta.ru> - сайт издания "Газета"
6. <http://www.raexpert.ru> - сайт рейтингового агентства "ЭкспертРА"
7. <http://www.rbsys.ru> - сайт компании "Российские бизнес системы"
- 8 <http://www.marketingandresearch.ru> - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»
9. <http://www.gortis.info> - сайт журнала « Практика рыночных исследований»
10. <http://www.bci-marketing.aha.ru> - сайт журнала «Практический маркетинг»
11. <http://juno.emeraldinsight.com/vl=2929816/cl=56/nw=1/rpsv/ejm.htm> European Journal Of Marketing
12. <http://www.elsevier.nl/locate/indmarman> -Industrial Marketing Management
13. http://www.marketingpower.com/live/content.php?Item_ID=17640&Category_ID=5304 Web-ресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации
14. <http://www.ams-web.org/> - Web-ресурсы Академии маркетинговой науки (AMS-Academy)
15. <http://www.emac-online.org/r/default.asp?iId=FLFDIE> of marketing science) – Web-ресурсы Европейской маркетинговой академии (ЕМАС – European marketing academy)
17. <http://www.ram.ru> Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга

2. МАРКЕТИНГ

Основы маркетинга

Концепции маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Выбор целевого рынка: критерии и алгоритм. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Понятие и критерии сегментации. Понятие позиционирования. Оценка конкурентной среды, конкурентных преимуществ, конкурентного позиционирования. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Классификация товаров. Понятие потребительской ценности товара. Товарная политика, ее содержание в системе маркетинга. Потребительские товары и товары производственного назначения. Формирование ассортимента товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Маркетинговые решения на различных этапах ЖЦТ. Товарный знак и его сущность. Упаковка и маркировка товара. Понятие «новый товар»: критерии новизны. Торговые посредники. Маркетинговые решения в розничной и оптовой торговле. Маркетинговая логистика. Формы организации маркетинговых каналов. Планирование сбыта. Критерии выбора каналов товародвижения в зависимости от особенностей товара рынков сбыта и протяженности каналов. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга. Понятие прямого маркетинга. Конкуренция в оптовой и розничной торговле. Понятие цены. Роль и функции цены на рынке. Виды и структура цен. Понятие и этапы маркетингового ценообразования. Факторы маркетингового ценообразования. Основные решения по цене. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные этапы процесса коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламные стратегии. Маркетинг услуг. Промышленный маркетинг.

Управление маркетингом

Маркетинг как управленческая концепция. Значение организационной структуры маркетинговой деятельности на предприятии. Организация маркетинга в компаниях, организациях. Стратегическое и оперативное управление маркетингом. Уровни планирования и принятия управленческих решений. Маркетинговые решения по развитию стратегических направлений (структуры) бизнеса. Портфельные стратегии. Маркетинговые решения по обеспечению роста компании. Основные направления корпоративного роста. Стратегии роста И. Ансоффа. Маркетинговые решения по обоснованию конкурентных преимуществ компании на рынке. Базовые конкурентные стратегии М. Портера. Маркетинговые решения по целевым рынкам. Определение и отбор целевых рынков. Методы оценки рынка и спроса. Измерение потенциала рынка. Методы оценки доли рынка. Методы прогнозирования спроса. Управление товаром в комплексе маркетинга. Мультиатрибутивная модель товара. Обеспечение конкурентоспособности товара. Процесс разработки нового товара. Методы дифференцированного ценообразования. Установление

цен на товары в рамках ассортимента. Управление каналами распределения. Маркетинговые решения розничного предприятия. Маркетинговые решения оптового предприятия. Выбор торгового посредника. Методы оценки охвата рынка. Определение целей коммуникаций. Формирование коммуникационной стратегии. Решения по выбору каналов коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации

Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламной деятельности. Виды рекламы по различным классификационным признакам. Участники процесса рекламной деятельности. Исследование и разработка рекламы. Стратегия рекламного обращения. Планирование рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламы. Области применения прямого маркетинга как коммуникационного инструмента. Стратегии и тактики, применяемые в прямом маркетинге. Методы определения эффективности прямого маркетинга. Роль стимулирования продаж в программе маркетинговых коммуникаций компании. Постановка целей для стимулирования сбыта. Проблемы, ограничения и перспективы применения стимулирования сбыта. Разработка программ стимулирования сбыта. Методы определения эффективности стимулирования сбыта. Роль PR и паблисити как элементов комплекса продвижения. Различия между PR и паблисити, их преимущества и недостатки. Методы измерения эффективности PR и паблисити.

Маркетинговые исследования

Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Взаимодействие заказчика и агентства при проведении исследования. Маркетинговая информационная система. Процесс маркетингового исследования. Этапы организации и проведения маркетингового исследования. Поисковые, описательные и причинные (каузальные) исследования. Методы качественных исследований. Методы количественных исследований. Виды переменных в маркетинговых исследованиях и их измерение. Виды шкал, используемых в маркетинговых исследованиях и особенности их применения. Проектирование опросных листов (анкет) и техника сбора информации. Понятие выборочного обследования. Репрезентативность. Способы формирования выборки. Доверительный интервал и ошибки выборочного метода. Обработка и анализ результатов выборочного исследования. Сущность, цели и объекты экспериментальных исследований в маркетинге. Организация, назначение панельных исследований. Репликативные (волновые) исследования. Использование временных рядов и регрессионных моделей в анализе продаж и прогнозировании спроса.

Международный маркетинг

Понятие, сущность и принципы международного маркетинга. Формы международного маркетинга. Научно-техническая среда международного маркетинга. Политико-правовая среда и ее специфика в международном маркетинге. Особенности культурной среды зарубежных рынков. Экономическая среда в международном маркетинге. Совместное предпринимательство как форма международного маркетинга. Основные критерии ранжирования зарубежных рынков при выборе целевых рынков. Исследование входных и выходных барьеров внешних рынков. Конкурентоспособность экспортной продукции. Стратегии адаптации и стандартизации товара на международных рынках. Понятие «страны-производителя товара». Критерии оценки конкурентоспособности международной фирмы. Планирование экспортной ассортиментной политики. Стандартные ценовые стратегии на внешних рынках. Распределительная политика в международном маркетинге. Критерии выбора торговых посредников и способы расчета с ними. Особенности международных маркетинговых коммуникаций: стандартизация и адаптация маркетинговых коммуникаций.

Поведение потребителей

Потребление как социально-экономическая категория. Поведение потребителей в системе маркетинга. Потребитель и процесс выбора: мотивация, формы поведения, значение. Маркетинговая перспектива влияния на поведение потребителя. Социальный статус личности и его роль в формировании поведения потребителей. Механизм принятия потребителем решения о покупке. Восприятие как основа механизма принятия решения о покупке. Структура восприятия. Референтная группа и ее роль в формировании потребительских предпочтений. Моделирование поведения потребителя на рынке и факторы ситуационного влияния на процесс решения о покупке. Модель «Стимул-реакция». Модель Ховарда-Шеффа. Этика маркетинга и защита прав потребителей (косьюмеризм). Организации как потребители. Покупочное поведение организаций.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Андреев С.Н. Некоммерческий маркетинг: учебное пособие. М.: Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
2. Блэкуэлл Р., Миниарт П., Энджел Дж. Поведение потребителей, 10-е издание – СПб.: Питер, 2009 г.
3. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации, 2-е издание. – М.: Дело и сервис, 2011г.
4. Голубкова Е. Н., Сейфуллаева М. Э.. Международный маркетинг. М.: ДИС, 2008.

5. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: стратегические решения: учебное пособие. / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
6. Интернет-маркетинг: учеб. пособие / А. А. Мешков, Ж. Б. Мусатова, М. Д. Твердохлебова, М. А. Горохов, Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
7. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 13-е издание. СПб.: Питер, 2012.
8. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2011.
9. Малхотра Нэреш К.. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-ое издание. – Вильямс, 2007.
10. Маркетинговые исследования: учебное пособие/ Скоробогатых И.И., Мешков А.А., Лопатинская И.В., Ефимова Д.М., Шишкин А.В. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
11. Мусатов Б.В., Мусатова Ж.Б. Маркетинговое планирование а аудит: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
12. Мусатов Б.В., Мусатов Ж.Б. Экономический анализ маркетинговых решений: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
13. Портер М. Конкурентная стратегия: методы анализа отрасли и конкурентов. 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
14. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И., Цветкова А.Б., Хапенков В.Н., Федюнин Д.В. Интегрированные коммуникации. М.: изд-во Академия, 2014
15. Сейфуллаева М. Международный маркетинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
16. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг, 3-е издание – М.: Инфра-М, 2012.
17. Черчилль Г., Браун Т.. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007.

Периодические издания. Журналы:

1. «Вестник РЭУ им.Г.В.Плеханова» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 12 раз в год, входит в список ВАК)
2. «Человеческий капитал и профессиональное образование» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 4 раза в год).
3. «Маркетинг в России и за рубежом» (периодичность 6 раз в год, издательство ДиС)

4. «Маркетинг и маркетинговые исследования» (периодичность 6 раз в год, входит в список ВАК, издательский дом «Гребенников»)
5. «Маркетинг и финансы» (периодичность 4 раза в год, издательский дом «Гребенников»)
6. «Практический маркетинг» (периодичность 6 раз в год, издательство VCI-Marketing)
7. «Маркетинг-про» (периодичность 4 раза в год, <http://www.marketingpro.ru>)
8. «Секрет фирмы» (деловой еженедельник)
9. «Эксперт» (деловой журнал)
10. «Компания» (деловой журнал)
11. «Деньги» (деловой журнал)

Интернет-ресурсы

1. <http://www.cfin.ru> - вопросы менеджмента и маркетинга
2. <http://www.consultmarketing.ru> - сайт М. Иванова и М. Фербера
3. <http://www.e-xecutive.ru> - информационный портал, посвященный вопросам менеджмента
4. <http://www.expert.ru> - сайт журнала "Эксперт"
5. <http://www.gazeta.ru> - сайт издания "Газета"
6. <http://www.raexpert.ru> - сайт рейтингового агентства "ЭкспертРА"
7. <http://www.rbsys.ru> - сайт компании "Российские бизнес системы"
8. <http://www.dis.ru> - сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»
9. <http://www.marketingandresearch.ru> - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»
10. <http://www.gortis.info> - сайт журнала «Практика рыночных исследований»
11. <http://www.bci-marketing.aha.ru> - сайт журнала «Практический маркетинг»
12. <http://juno.emeraldinsight.com/vl=2929816/cl=56/nw=1/rpsv/ejm.htm> European Journal Of Marketing
13. <http://www.elsevier.nl/locate/indmarman> - Industrial Marketing Management
14. http://www.marketingpower.com/live/content.php?Item_ID=17640&Category_ID=5304 Web-ресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации
15. <http://www.ams-web.org/> - Web-ресурсы Академии маркетинговой науки (AMS- Academy)
16. <http://www.emac-online.org/r/default.asp?iId=FLFDIE> of marketing science) – Web-ресурсы Европейской маркетинговой академии (EMAC – European marketing academy)
17. <http://www.ram.ru> Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга

3. ТЕОРИЯ СТАТИСТИКИ

Статистика как наука

Три понимания термина «Статистика». История возникновения статистики как науки. Современное определение статистики как науки. Основные черты и особенности предмета статистической науки. Понятие статистической методологии. Место статистики в современной экономической науке.

Предмет, метод, задачи курса. Основные категории статистической науки. Статистическая совокупность. Единица совокупности. Понятие признака. Вариация признака. Статистическая закономерность. Этапы статистического исследования. Источники статистической информации.

Статистическое наблюдение

Понятие статистического наблюдения. Этапы статистического наблюдения. Программно-методологические вопросы статистического наблюдения. Единица наблюдения. Объект наблюдения. Время наблюдения и критический момент наблюдения.

Организационные формы статистического наблюдения. Отчетность. Специально организованное статистическое наблюдение. Регистры.

Способы статистического наблюдения. Непосредственное наблюдение. Документальный способ. Опросы.

Виды статистического наблюдения по времени регистрации фактов. Текущее, периодическое и единовременное наблюдения. Виды статистического наблюдения по охвату единиц совокупности. Сплошное и несплошное наблюдения. Виды несплошного наблюдения. Выборочное наблюдение. Метод основного массива. Метод моментных наблюдений. Монографическое наблюдение. Точность статистического наблюдения. Ошибки статистического наблюдения. Случайные и систематические ошибки репрезентативности и регистрации.

Статистическая сводка и группировка. Ряды распределения. Статистические таблицы и графики

Группировка и сводка материалов статистических наблюдений. Понятие сводки и группировки. Виды сводки. Простая и сложная сводки. Виды группировок. Группировочный признак. Простая и сложная группировки. Типологическая, структурная и аналитическая группировки. Определение количества групп при равномерном и неравномерном распределении единиц совокупности. Определение значения признака в каждой группе. Понятие интервала. Равные и неравные интервалы. Закрытые и открытые интервалы. Группировки с произвольными и специализированными интервалами.

Понятие ряда распределения и его виды. Вариационные и атрибутивные ряды распределения и его элементы. Варианта, частота и частость. Виды вариационных рядов распределения. Интервальные и дискретные вариационные ряды распределения. Графическое изображение рядов распределения. Полигон, гистограмма, кумулята.

Вторичная группировка. Приемы вторичной группировки. Долевая перегруппировка и укрупнение интервалов.

Статистические таблицы и их элементы. Виды статистических таблиц по характеру подлежащего. Виды статистических таблиц по разработке показателей сказуемого. Правила построения статистических таблиц.

Понятие о статистическом графике. Его элементы. Классификация видов графиков. Диаграммы сравнения. Структурные диаграммы. Диаграммы динамики. Статистические карты.

Абсолютные и относительные показатели

Понятие статистического показателя. Показатель-категория и конкретный статистический показатель.

Абсолютные и относительные величины. Понятие и виды абсолютных величин. Натуральные и условно-натуральные измерители. Стоимостные и трудовые единицы измерения.

Понятие и виды относительных величин. Формы выражения относительных величин. Относительный показатель плана. Относительный показатель реализации плана. Относительный показатель динамики. Базисный и цепной показатели динамики и их взаимосвязи. Относительный показатель структуры. Относительные показатели координации и сравнения. Относительный показатель интенсивности и его особенности.

Средние величины

Средние величины. Сущность, понятие и особенность средней величины. Виды средних величин. Средняя степенная и ее виды. Исходное соотношение средней. Простая и взвешенная средняя величина.

Средняя арифметическая величина. Свойства средней арифметической величины и их практическое применение. Средняя гармоническая величина. Средняя геометрическая величина. Средняя квадратическая величина. Средняя структурная, ее значение и виды. Мода, медиана, квартили, децили.

Показатели вариации

Понятие вариации. Особенности вариации во времени и в пространстве. Показатели вариации. Абсолютные показатели вариации. Размах вариации. Среднее линейное отклонение. Дисперсия. Свойства дисперсии и их практическое применение. Среднее

квадратическое отклонение. Правило «трех сигм». Виды дисперсий. Внутригрупповая дисперсия. Средняя из внутригрупповых дисперсий. Межгрупповая дисперсия. Общая дисперсия. Правило сложения дисперсий.

Относительные показатели вариации. Эмпирическое корреляционное отношение. Эмпирический коэффициент детерминации. Коэффициент осцилляции. Линейный коэффициент вариации. Коэффициент вариации.

Вариация альтернативного признака. Средняя величина альтернативного признака. Среднее квадратическое отклонение и дисперсия альтернативного признака.

Выборочное наблюдение

Выборочное наблюдение. Понятие выборочного наблюдения, причины его применения. Преимущества выборочного наблюдения. Теоретические основы выборочного наблюдения. Средняя и предельная ошибки выборки. Определение доверительных интервалов.

Виды отбора. Индивидуальный, групповой и комбинированный отборы. Расчет средней ошибки при комбинированном отборе. Повторный и бесповторный отборы. Типы выборок. Собственно случайная выборка. Механическая выборка. Типическая выборка. Серийная выборка. Расчет предельной ошибки выборки в разных типах выборок.

Определение необходимой численности выборочной совокупности для разных типов выборок. Необходимые условия для определения численности выборки. Распространение результатов выборочного обследования на генеральную совокупность. Метод прямого счета и метод поправочного коэффициента.

Малая выборка. Особенности расчета средней и предельной ошибки в малых выборках.

Статистическое изучение взаимосвязи явлений

Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений. Понятие причинно-следственных связей, регрессии и корреляции. Факторные и результативные признаки. Виды и характеристика связи между явлениями. Функциональная и стохастическая связь. Линейная и нелинейная зависимость. Понятие корреляционного, регрессионного и корреляционно-регрессионного анализа. Предпосылки и условия применения корреляционно-регрессионного анализа.

Статистические методы классификации, группировки и моделирования социально-экономических явлений. Парная регрессия. Метод наименьших квадратов. Оценка существенности корреляции на основе парного коэффициента корреляции. Оценка статистической значимости параметров уравнения регрессии и парного коэффициента

корреляции на основе t-критерия Стьюдента. Интерпретация уравнения парной регрессии. Линейный коэффициент корреляции, пределы его изменения и интерпретация.

Множественная (многофакторная) регрессия. Пошаговая регрессия. Мультиколлинеарность и причины ее возникновения. Исключение явления мультиколлинеарности в корреляционно-регрессионном анализе. Оценка существенности корреляции на основе частных, парных и множественных коэффициентов корреляции. Интерпретация уравнения множественной регрессии. Оценка статистической значимости параметров уравнения регрессии. Оценка адекватности уравнения на основе коэффициента аппроксимации и F-критерия Фишера.

Оценка существенности связи. Частные коэффициенты эластичности и детерминации. Множественный коэффициент детерминации. Q-коэффициент. Теоретическое корреляционное отношение.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений

Ряды динамики. Понятие рядов динамики. Их элементы и виды. Интервальные и моментные временные ряды. Сопоставимость уровней ряда динамики. Основные причины несопоставимости уровней ряда динамики. Приемы приведения рядов динамики к сопоставимому виду. Смыкание ряда динамики и приведение к единому основанию.

Аналитические показатели ряда динамики. Абсолютный прирост. Коэффициент роста. Темп роста. Темп прироста. Абсолютное значение 1 % прироста.

Средние уровни ряда динамики. Средняя хронологическая величина и особенности ее применения в рядах динамики.

Средние аналитические показатели ряда динамики. Средний абсолютный прирост. Средний коэффициент роста. Средний темп роста. Средний темп прироста.

Методы выявления общей тенденции развития явления. Экстраполяция и интерполяция.

Экономические индексы

Индексы. Понятие экономических индексов и их классификация. Сфера применения экономических индексов. Понятие индексируемой величины и веса индекса. Индивидуальные и сводные индексы.

Агрегатные и средние индексы. Особенности применения агрегатных и средних индексов и их интерпретация. Арифметические и гармонические индексы.

Системы динамических индексов. База индекса. Системы индексов с постоянными и переменными весами. Особенности их построения для количественных и качественных показателей.

Индексы Ласпейреса и Пааше. Индекс инфляции. Индекс-дефлятор. Индекс потребительских цен. Идеальный индекс Фишера.

Структурные индексы. Анализ динамики среднего уровня качественного показателя. Особенности построения и их интерпретация.

Пространственно-территориальные индексы. Индекс Эджворта. Многофакторные индексы. Метод взаимосвязанных частных индексов.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Теория статистики.: Учебник /Под ред. Г.Л. Громыко. - 3-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ Инфра-М, 2016. - 476 с.: ISBN 978-5-16-004857-4.

2. Статистика: учебник для бакалавров: [гриф УМО], Ред. В.Г. Минашкин, Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики (МЭСИ). М.: Юрайт, 2016. - 448 с.: ISBN 978-5-9916-2881-5.

3. Основы статистического анализа. Практ. по стат. мет. и исслед. операций с исп. пакетов STATISTICA и EXCEL: Уч.пос./ Э.А.Вуколов - 2 изд., испр. и доп. - М.: Форум:НИЦ Инфра-М, 2013.

4. Теория статистики: Практикум / Г.Л. Громыко. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013.

5. Статистика. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / И. И. Елисеева [и др.]; под ред. И. И. Елисейевой. — М.: Издательство Юрайт, 2016.

6. Статистика: учебник и практикум для академического бакалавриата: [гриф УМО] /Нац. исслед. ун-т Высшая школа экономики, Ред. В.С. Мхитарян. – М.: Юрайт, 2016.

7. Общая и прикладная статистика: Учебник: [Гриф УМО] /П. Ф. Аскеров, Р.Н. Пахунова, А.В. Пахунов. – М.: ИНФРА-М, 2013.

8. Долгова, В. Н. Теория статистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Долгова, Т. Ю. Медведева. — М.: Издательство Юрайт, 2016

9. Теория статистики: учебное пособие для бакалавров / В. В. Ковалев [и др.]; под ред. В. В. Ковалева. — М.: Издательство Юрайт, 2016.

4. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методологические основы стратегического менеджмента

Общая характеристика стратегического управления. Этапы развития стратегического подхода. Школы стратегического менеджмента по Г. Минцбергу. Базовые направления развития стратегического менеджмента. Объектно-предметная область стратегического менеджмента. Пять задач стратегического менеджмента.

Целевое начало в системе стратегического менеджмента

Стратегическое видение (vision) организации. Понятие и значение миссии организации. Стратегические цели организации. Основные направления и инструменты формулирования целей.

Анализ стратегических факторов внешней среды

Основные составляющие и типы внешней среды. Анализ макроокружения. Методы и инструменты оценки макроокружения компании. Анализ непосредственного окружения. Отраслевой анализ. Конкурентный анализ. Анализ потребителей.

Анализ стратегического потенциала организации

Цели и методы управленческого анализа. Анализ положения компании. SWOT-анализ и методика его использования в практике управления. Стратегический анализ затрат и цепи издержек. Методы оценки конкурентоспособности компании. Портфельный анализ в системе стратегического менеджмента.

Разработка стратегии организации

Иерархия формирования стратегии. Стратегии концентрированного роста и их особенности. Стратегии интегрированного роста, их типология. Стратегии диверсифицированного роста. Стратегии сокращения. Комбинированная стратегия.

Конкурентное преимущество. Пять основных конкурентных стратегий.

Использование наступательных и оборонительных стратегий. Новые парадигмы стратегий.

Процесс реализации стратегии и контроль

Организационное обеспечение реализации стратегии. Управление сопротивлением изменениям в процессе реализации стратегии. Контроль за реализацией стратегии. Инструментарий реализации стратегий.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 320 с. ISBN 978-5-16-009860-9; (ЭБС znanium.com).
2. Минцберг, Г. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического

менеджмента [Электронный ресурс] / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель ; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2018. — 367 с. (Серия «СКОЛКОВО»). - ISBN 978-5-9614-7007-9; (ЭБС znanium.com).

3. Попов, С. А. Стратегический менеджмент: актуальный курс: учебник для бакалавриата и магистратуры: [гриф УМО] / С. А. Попов, Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - М.: Юрайт, 2018. – 463 с. – (Бакалавр. Магистр). – Книга доступна в электрон. библиотечной системе biblio-online.ru. – ISBN 978-5-9916-9774-3.

4. Попов, С.А. Концепция актуального стратегического менеджмента для современных российских компаний: монография / С.А. Попов. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 224 с.

5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. - Электрон. текстовые данные. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 577 с.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ

1. Журнал HBR - <http://hbr-russia.ru/>
2. Бизнес-словарь - www.businessvoc.ru
3. Журнал «Риск-менеджмент» - www.riskm.ru
4. Журнал «Эксперт» - www.expert.ru
5. Книги по экономике, финансовому менеджменту, бюджетированию - www.smartcat.ru
6. Корпоративный менеджмент, <http://www.cfin.ru>
7. Новый менеджмент – www.new-management.info
8. Российский журнал менеджмента – www.rjm.ru
9. Сайт дистанционного образования «эльтариум», раздел «Стратегический менеджмент» журнал «Стратегический менеджмент»/- www.elitarium.ruwww.grebennikoff.ru/product/36
10. Сайт исследовательско-консультационной фирмы «АЛЬТ», раздел «Библиотека» - www.altrc.ru/?p=libr
11. Сайт компании UFGmanagement - www.bbest.ru/strproc/strategia
12. Сайт консалтинговой компании БИГ- Бизнес Инжиниринг Групп) Раздел публикации – стратегическое управление - www.orgmaster.ru
13. Сообщество менеджеров – www.e-xecutive.ru
14. Терминология менеджмента - www.glossary.ru
15. Технологии корпоративного управления - www.iteam.ru
16. Федеральный образовательный портал – экономика, социология, менеджмент.

www.ecsocman.edu.ru

17. Электронные книги: менеджмент и управление предприятием – www.aup.ru

5. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ

Управленческий учет, как инструмент принятия управленческих решений

Место управленческого учета в системе управления в экономическом и функциональном аспекте. Рассмотреть управленческий учет как комплексную систему учета, планирования, контроля, анализа информации о доходах, расходах, результатах хозяйственной деятельности организации в необходимых аналитических разрезах, для эффективности управления организацией и оптимизации финансовых результатов в краткосрочных и долгосрочных перспективах.

Затраты и их классификация в управленческом учете

Основные направления и признаки классификации затрат в управленческом учете.

Управленческий учет – информационная база для принятия управленческих решений

Классификация управленческих решений. Роль управленческого учета в подготовке информации для принятия управленческих решений. Методика CVP-анализа. Методика принятия решений по ассортиментной политике. Методика принятия решений по ценообразованию. Методика принятия решений по инвестиционным проектам.

Управленческий учет производственной деятельности. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг)

Производственная деятельность и ее место в управленческой системе организации. Планирование производственной деятельности. Учет затрат на производство продукции и калькулирование ее себестоимости. Учет затрат в разрезе экономических элементов и статей калькуляции. Методика распределения косвенных расходов. Сводный учет затрат. Методы учета затрат на производство. Способы калькуляции себестоимости продукции. Контроль и анализ выполнения производственной программы.

Модели и варианты организации управленческого учета

Организация управленческого учета по модели «Стандарт-костинг». Организация управленческого учета по модели «Директ-костинг». Организация управленческого учета по модели «ABC». Организация управленческого учета по модели «Таргет - костинг». Система взаимосвязанных показателей (Balanced Scorecard, BSC).

Управленческий учет и отчетность по сегментам бизнеса

Централизация и децентрализация управления и ее влияние на организацию управленческого учета и отчетности по центрам ответственности. Организация управленческого учета и отчетности по центрам ответственности: центрам затрат, продаж, прибыли и инвестиций. Сущность, значение и правила построения сегментарной отчетности. Разработка системы внутренней отчетности и контроля, их форм и содержания.

Использование информации сегментарной отчетности для оценки эффективности деятельности центров ответственности. Финансовые и нефинансовые критерии оценки деятельности сегментов. Сегментарная отчетность как средство координации деятельности центров ответственности. Роль информации сегментарной отчетности в принятии тактических и стратегических управленческих решений.

Бюджетирование в системе управленческого учета организации: порядок разработки, внедрение, эффективность

Планирование и контроль затрат и доходов - важнейшие функции управления. Сущность, принципы и задачи оперативного, тактического и стратегического планирования. Бюджетирование как основа плановой работы предприятия. Понятие бюджета (сметы), требования, предъявляемые к его оформлению. Виды смет: статические (фиксированные) и гибкие, целевые и приростные, периодические и непрерывные. Понятие бюджетного цикла. Порядок разработки и утверждения генерального бюджета организации. Порядок разработки и утверждения операционных бюджетов организации: баланса доходов и расходов (бюджета прибылей и убытков), бюджетов продаж, производства, закупок, материальных и трудовых затрат; общепроизводственных, административно-управленческих и коммерческо-сбытовых расходов. Порядок разработки и утверждения финансовых бюджетов организации: бюджета денежных средств, бюджета инвестиций и прогнозного бухгалтерского баланса. Понятие статистического (жесткого) и динамического (гибкого) бюджетов, порядок их составления. Контроль и анализ исполнения бюджетов.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:

Основная литература:

1. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий): учебник / Н.П. Кондраков. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 584 с.
2. Бухгалтерский и управленческий учет. Лабораторный практикум: учеб. пособие / Т.Ю. Серебрякова, М.В. Антонова, О.Р. Кондрашова ; под ред. Т.Ю. Серебряковой. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 300 с.
3. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для бакалавров / Полковский Л.М. - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с.
4. Бухгалтерский (управленческий) учет: учеб. пособие / А.В. Басова, А.С. Нечаев. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 324 с.
5. Международные стандарты финансовой отчетности и современный бухгалтерский учет в России: учебник для вузов / Е. А. Мизиковский, Т. Ю. Дружиловская, Э. С. Дружиловская. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2017. — 560 с.

6. Правовое регулирование бухгалтерского учета: Учебник / Отв. ред. и сост. Грачева Е.Ю., Арзуманова Л.Л., Болтинова О.В., Бубнова О.Ю. - М.:Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 320 с.

7. Практикум по бухгалтерскому учету и анализу: учеб. пособие / М.В. Мельник, С.Е. Егорова, Н.Г. Кулакова, Л.А. Юданова. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. — 120 с.

8. Управленческий учет в бюджетных учреждениях: Учебник / под. ред. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. — 154 с.

9. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг): Учеб.-практ. пос. / Под ред. Ю.А.Бабаева - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2017 - 188 с.

10. Финансовый и управленческий учет и анализ: учебник / П.И. Камышанов, А.П. Камышанов. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 592 с.

11. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / Машинистова Г.Е. – М: Научная библиотека, 2018. – 283 с.

Интернет-ресурсы:

1. www.buh.ru- Интернет ресурс для бухгалтеров.
2. www.buhgalt.ru- Журнал «Бухгалтерский учет».
3. www.buhgalteria.ru- Бухгалтерия
4. www.businessuchet.ru- Портал «Бухгалтерский учет и налоги».
5. www.consultant.ru- Правовой портал.
6. www.minfin.ru- Официальный сайт Министерства финансов РФ.
7. www.finanalisis.ru- Информационный сервер.
8. www.garant.ru- Информационно-правовой портал.
9. www.nalog.ru- Федеральная налоговая служба.