

**Аккредитованное образовательное частное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»**



А.Г. Забелин

2014 г.

**ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ  
ИТОГОВОМУ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ ЭКЗАМЕНУ**

**по специальности 080200.62 «Менеджмент»**

**СОГЛАСОВАНО**

Проректор по УМР МФЮА

Н.А. Вершинина  
«03» сентября 2014 г.

Тематика обсуждена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол № 1 от 27.08.2014 г.

Зав. кафедрой

В.Г. Шийко

## **Вопросы к междисциплинарному экзамену по дисциплине «Основы менеджмента»**

1. Понятие управления.
2. Сущность и содержание менеджмента.
3. Понятие организации. Внешняя и внутренняя среда организации.
4. Характер управленческого труда и роль менеджера в организации.
5. Основные теории и концепции научной и административной школы управления.
6. Основные теории и концепции школы человеческих отношений и поведенческих наук.
7. Процессный, системный и ситуационный подходы к менеджменту.
8. Планирование как функция менеджмента. Основные этапы и принципы планирования.
9. Организация как функция менеджмента.
10. Мотивация как функция менеджмента.
11. Контроль как функция менеджмента. Виды и задачи контроля.
12. Сущность и классификация теорий мотивации.
13. Понятие и характеристика основных типов организационных структур.
14. Понятие и классификация управленческих решений.
15. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.
16. Процесс выработки, принятия и реализации управленческих решений.
17. Понятие коммуникации в управлении. Коммуникационный процесс.
18. Понятие и характеристики организационной культуры.
19. Управление конфликтами в организации.
20. Стиль управления.
21. Управленческая решетка Р.Блейка и Дж. Мутона.
22. Содержание понятия лидерства. Теории лидерства.
23. Понятие лидерства, подходы, стили. Ситуационное лидерство.
24. Опыт японского управления.
25. Особенности организации управления в американских и западноевропейских фирмах.

## **Вопросы к междисциплинарному экзамену по дисциплине «Маркетинг»**

1. Понятие и сущность маркетинга. Основные понятия (потребности, запросы, товары, сделка, рынок).
2. Основные концепции управления маркетингом.
3. Анализ рыночных возможностей. Прогнозирование спроса. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов.
4. Инструменты маркетинга и их эволюция.
5. Основные виды сбора и обработки маркетинговой информации.
6. Система маркетинговых исследований. Основные виды исследований. Основные этапы исследования.

7. Основные факторы маркетинговой среды компании. Методы анализа микро- и макросреды (SWOT- анализ, PEST-анализ).
8. Поведение потребителей. Внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.
9. Товар в маркетинге. Основные виды классификации товаров. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
10. Товарный знак, торговая марка, бренд, их место и роль в товарной политике. Управление брендом.
11. Стратегия разработки новых товаров. Жизненный цикл товара и основные способы его анализа.
12. Основные задачи и политика ценообразования в маркетинге.
13. Основные каналы распределения в маркетинге. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.
14. Логистика. Понятие, цели, функции логистики. Управление логистическими процессами как способ повышения эффективности деятельности компании.
15. Основные методы распространения товаров. Основные виды предприятий розничной и оптовой торговли.
16. Коммуникационный процесс, его основные элементы. Основные этапы разработки эффективной коммуникации.
17. Назначение, основные виды и задачи рекламы.
18. Связи с общественностью и формирование позитивного имиджа компании.
19. Организация прямого маркетинга. Методы стимулирования сбыта и планирование мероприятий по продвижению товара.
20. Применение Интернет - маркетинга и его основные преимущества.
21. Планирование маркетинговой деятельности в компании.
22. Основные виды контроля в маркетинге.
23. Стратегическое планирование маркетинга: этапы, цели, стратегии. Основные виды маркетинговых стратегий. Оборонительные и наступательные стратегии.
24. Международный маркетинг. Основные факторы среды. Маркетинговые решения о выходе на международные рынки.

### **Вопросы к междисциплинарному экзамену по дисциплине «Стратегический менеджмент»**

1. Стратегический менеджмент, его функции.
2. Основные принципы стратегического управления.
3. Стратегическое планирование: понятие, предмет, процесс, оценка качества.
4. Классификация стратегий.
5. Виды стратегий в зависимости от конкурентной позиции. Виолентные, патиентные, коммутантные и эксплерентные стратегии.
6. Основные направления и инструменты анализа внешней среды организации.
7. Анализ движущих сил конкуренции и ключевых факторов успеха в отрасли. Модель М. Портера.

8. Методика SWOT-анализа.
9. Бизнес-план как форма представления разработанной стратегии. Структура и содержание бизнес-плана.
10. Реализация стратегии: организация, этапы, задачи.
11. Особенности стратегического управления организацией, ведущей международную деятельность.
12. Контроль выполнения стратегии; анализ результатов и внесение корректировок.
13. Особенности и проблемы стратегического менеджмента на российских предприятиях.

**Вопросы к междисциплинарному экзамену по дисциплине  
«Управление человеческими ресурсами»**

1. Сущность и специфика управления человеческими ресурсами. Методы управления человеческими ресурсами.
2. Цели и функции системы управления персоналом.
3. Кадровое обеспечение предприятия. Оценка службы управления персоналом.
4. Понятие и состав трудовых ресурсов. Методы количественной оценки трудовых ресурсов.
5. Понятие и формы безработицы.
6. Методы регулирования занятости в организации.
7. Структура и категории персонала в организации.
8. Источники привлечения персонала.
9. Методы определения требований к кандидату при найме.
10. Деловая оценка персонала. Показатели деловой оценки персонала.
11. Управление трудовой адаптацией персонала.
12. Понятие и виды обучения персонала.
13. Организация проведения аттестации персонала.