

На вступительном испытании в магистратуру ВШССН, поступающим необходимо дать развёрнутый письменный ответ на предложенные вопросы.

Общая продолжительность вступительного испытания: 4 часа (240 минут).

Максимальная оценка: 100 баллов.

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени М.В.ЛОМОНОСОВА
ВЫСШАЯ ШКОЛА СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Примерный перечень билетов

**Вступительный экзамен в магистратуру
по направлению 38.04.02 «Менеджмент»**

Билет №1

1. Функции менеджмента и его основные составляющие согласно различным управленческим концепциям. Подходы А.Файоля и Г.Минцберга.
2. Конфликты в организациях и их виды. Управление конфликтами.

Билет №2

1. Школа научного управления: ее основные представители и проблематика.
2. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса. Организационные коммуникации их виды.

Билет №3

1. Школа административного управления: ее основные представители и проблематика.
2. Цена как элемент комплекса маркетинга. Разработка ценовой политики организации.

Билет №4

1. Школа психологии человеческих отношений: ее основные представители и проблематика.
2. Товар как элемент комплекса маркетинга, его основные характеристики и разновидности.

Билет №5

1. Системный, процессный и ситуационный подходы в теории менеджмента.
2. Основные функции кадрового менеджмента: привлечение и отбор.

Билет №6

1. Проектное управление в современном менеджменте. Управление рисками в современном менеджменте.
2. Маркетинговые исследования: сущность, роль, основные этапы и особенности проведения.

Билет №7

1. Анализ внешней и внутренней среды организации в процессе стратегического планирования ее деятельности.

2. Основные функции кадрового менеджмента: адаптация новых сотрудников, планирование карьеры работника, оценка трудовой деятельности персонала.

Билет №8

1. Руководство и лидерство. Стили лидерства и эффективность управления.
2. Маркетинговые коммуникации: ключевые характеристики и специфические особенности, используемые различными компаниями; основные разновидности.

Билет №9

1. Этапы принятия управленческого решения. Методы разработки и оценки альтернатив при принятии управленческих решений.
2. Организационная культура: характеристики, элементы, уровни. Модели организационной культуры Г. Хофштеде и Ч. Ханди. Влияние национальной деловой культуры на особенности ведения международного бизнеса.

Билет №10

1. Контроль как функция менеджмента. Виды контроля. Специфика и содержание осуществления различных технологий контроля в организации.
2. Понятие и ключевые компоненты внешней среды организации, структура внешней среды и ее характеристики.

Билет №11

1. Нововведения как объект инновационного менеджмента. Классификация инноваций по содержанию, степени новизны, инновационному потенциалу, уровню разработки: специфика их применения на практике управления.
2. Основные типы поставщиков в маркетинге: различные модели и принципы выделения.

Билет №12

1. Специфика формирования, управления и развития международных совместных предприятий. Слияния и поглощения как интеграционная стратегия корпоративного роста международной компании: различные принципы и целесообразность использования.
2. Клиентская среда организации: основные составляющие и содержательные характеристики. Особенности поведения покупателей в современных условиях.

Билет №13

1. Корпоративное управление. Структура и функции совета директоров корпорации.
2. Позиционирование товара: различные принципы и целесообразность использования.

Билет №14

1. Стратегическое планирование развития организации. Виды организационных миссий и стратегий.
2. Реклама. Виды рекламы. Разработка рекламной кампании: основные этапы.

Билет №15

1. Имидж и репутация организации. Управление репутацией компании.
2. Сегментирование рынка: ключевые принципы и прикладные проблемы реализации процедуры.

Билет №16

1. Виды механистических и органических организационных структур. Современные разновидности организационных структур.
2. Управление брендами: основные подходы и методы современного маркетинга.

Билет №17

1. Неформальные организации, их характеристики. Управление неформальными организациями.
2. Инновационный менеджмент: основная проблематика и модели организационного развития и сравнительный анализ различных моделей организационного развития.

Билет №18

1. Стадии жизненного цикла организации в различных управленческих моделях: содержание основных компонентов и их сравнительный анализ.
2. Управление маркетинговой деятельностью в компании. Комплекс маркетинга: содержание основных составляющих и их предназначение.

Билет №19

1. Руководство и лидерство. Стили лидерства и эффективность управления.
2. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса. Организационные коммуникации их виды.

Билет №20

1. Школа научного управления: ее основные представители и проблематика.
2. Конфликты в организациях и их виды. Управление конфликтами.

Билет №21

1. Школа психологии человеческих отношений: ее основные представители и проблематика.
2. Цена как элемент комплекса маркетинга. Разработка ценовой политики организации.

Билет №22

1. Школа административного управления: ее основные представители и проблематика.
2. Товар как элемент комплекса маркетинга, его основные характеристики и разновидности.

Билет №23

1. Проектное управление в современном менеджменте. Управление рисками в современном менеджменте.
2. Основные функции кадрового менеджмента: привлечение и отбор.

Билет №24

1. Системный, процессный и ситуационный подходы в теории менеджмента.
2. Маркетинговые исследования: сущность, роль, основные этапы и особенности проведения.