

«УТВЕРЖДАЮ»  
Директор  
ВШССН (факультет)  
МГУ имени М.В. Ломоносова  
академик Г.В. Осипов



**СПИСОК ВОПРОСОВ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ИТОГОВОМУ  
ЭКЗАМЕНУ 38.04.02 «Менеджмент»  
направленность (профиль) подготовки: «Корпоративный  
менеджмент»**

**СПИСОК ВОПРОСОВ К ПЕРВОЙ ЧАСТИ ЭКЗАМЕНА:**

1. Применение общенаучных и специфических методов в менеджменте: возможности и ограничения.
2. Роль социологических и экспертных опросов в науке управления.
3. Основные научные школы менеджмента первой половины XX века: сравнительный критический анализ.
4. Необходимость использования и особенности применения различных моделей организационной диагностики в маркетинге.
5. Определение проблематики организационного поведения в науке управления.
6. Основные научные направления в менеджменте второй половины XX века: дальнейшие перспективы развития.
7. Применение общенаучных и специфических методов в маркетинге: возможности и ограничения.
8. Эволюция стратегического управления (по И. Ансоффу).
9. Предпринимательский и приростный типы поведения компании.
10. Процесс восприятия организационного окружения работником и стрессы менеджеров современных компаний – характерные проблемы организационного поведения.
11. Сила и слабость использования экспериментальных методов в науке управления.
12. Корпоративные финансы: специфические особенности и место в общей системе управления компанией.
13. Стратегический менеджмент: определение, этапы стратегического управления.
14. Матрица PEST–анализа и SWOT–анализ – общее и различное между ними.

15. Модель «пяти сил» Портера. Цепочка создания ценности.
16. Сила и слабость использования теоретических моделей в менеджменте.
17. Внутренняя и внешняя среда организации. Факторы внешней и внутренней среды организации, которые влияют на конъюнктуру рынка.
18. Разнородность и проблема классификации факторов, обуславливающих индивидуальные различия работников в организации.
19. Уровни стратегии организации.

### **СПИСОК ВОПРОСОВ КО ВТОРОЙ ЧАСТИ ЭКЗАМЕНА:**

- 2.1. Маркетинговые коммуникации. Сущность, цели, функции.
- 2.2. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций: достоинства и недостатки.
- 2.3. Инструменты интегрированных коммуникаций: ATL-реклама, BTL-реклама.
- 2.4. Понятие «делового этикета», правила и принципы. Законы этики в формировании бизнес-имиджа делового человека.
- 2.5. Современный этикет как основополагающий элемент в концепции межличностных отношений.
- 2.6. Дипломатические отношения. Порядок их установления. Приостановление, прекращение (разрыв) дипломатических отношений.
- 2.7. Принципиальная схема и особенности федерального законодательного процесса в России.
- 2.8. Принципиальная схема и особенности федерального бюджетного процесса в России.
- 2.9. Понятие корпоративной социальной отчетности.
- 2.10. Этапы развития корпоративной социальной отчетности.
- 2.11. Структура корпоративного социального отчета.
- 2.12. Система и ее основные составляющие. Ограничения и возможности использования системного анализа при исследовании социальных систем.

- 2.13. Необходимость использования и особенности применения различных моделей организационной диагностики в менеджменте.
- 2.14. Обоснование применения различных стратегий в управлении конфликтами.
- 2.15. Прогнозирование поведения сотрудника на основе изучения его темперамента. Применяемые методы.
- 2.16. Особенности протекания вертикальных, горизонтальных и смешанных организационных конфликтов.
- 2.17. Обеспечение качества управленческих решений на этапе подготовки к выбору альтернатив с примерами конкретных методов.
- 2.18. Обеспечение качества управленческих решений на этапе совещания по принятию решения с примерами конкретных методов.
- 2.19. Управленческие решения – особенность группового процесса принятия.
- 2.20. Методики сравнения конкурентов на рынке. Анализ затрат конкурентов.
- 2.21. Диверсификация и её стратегическое значение.
- 2.22. Принципы корпоративного управления ОЭСР.
- 2.23. Общее собрание акционеров. Совет директоров. Правление.
- 2.24. Определение фондов прямых инвестиций.
- 2.25. Опрос как основной количественный метод сбора маркетинговой информации.
- 2.26. Оценка регулирующего воздействия в обосновании государственных решений.

#### **ЗАДАНИЯ К ТРЕТЬЕЙ ЧАСТИ ЭКЗАМЕНА:**

- 3.1. Принципиальная схема и особенности регионального законодательного процесса в России (на примере конкретного субъекта Российской Федерации).
- 3.2. Принципиальная схема и особенности регионального бюджетного процесса в России (на примере конкретного субъекта Российской Федерации).
- 3.3. Попробуйте определить наиболее вероятные кризисные ситуации для сети магазинов. Выработайте рекомендации как вести себя менеджеру, чтобы избежать этих кризисов, и что делать, чтобы минимизировать возможный ущерб, если произошла кризисная ситуация.
- 3.4. Составьте исследовательский бриф (техническое задание исследовательскому агентству) компании, запускающей на рынок новый продукт.
- 3.5. Проанализируйте возможности социального конструирования реальности с использованием технологии проведения информационных войн.

3.6. Оценка индивидуальных стилей обучения в группе по системам: Паска, Мартона, Хани и Мамфорда, Колба. Составление групповой карты «стилей обучения» и диагностика групповой «сензитивности».

3.7. Опишите преимущества и недостатки наставничества и коучинга. В чем заключаются потенциальные опасности коучинга? Какими навыками и качествами должен обладать коуч, чтобы избежать этих ошибок? Расскажите, как разные модели коучинга можно применить к различным типам руководителя.

3.8. Опишите мини-проект создания системы обучения на предприятии или организации среднего масштаба (до 500 работников). Вы – менеджер по персоналу, ответственный за обучение сотрудников. Каковы Ваши первые шаги по созданию системы обучения? Опишите все этапы создания программы и объясните, почему тот или иной этап важен с точки зрения достижения поставленных целей. Постарайтесь не упустить ни одного важного этапа обучения и развития сотрудников. Проанализируйте, как существующее корпоративное управление в России соотносится с мировой практикой. В чем состоят его специфические черты; сформулируйте сильные и слабые стороны различных моделей корпоративного управления.

3.9. Какие предпосылки системы российского управления могут способствовать переходу к социально ответственным корпоративным нормам управления. Проанализируйте различные отечественные и зарубежные теоретико – методологические подходы к понятию социальной ответственности.

3.10. В чем состоят особенности корпорации в сравнении с другими формами ведения предпринимательской деятельности?

3.11. На первом заседании вновь избранного совета директоров открытого акционерного общества «Рассвет» избран комитет по аудиту в количестве 3 человек. Из них два члена являются исполнительными директорами, а председатель комитета – неисполнительным. Председатель комитета по аудиту разработал план первоочередных мероприятий Комитета, который включает:

- провести проверку деятельности Ревизионной комиссии Общества;
- разработать рекомендации совету директоров о размерах вознаграждений членам совета директоров;
- заключить договор с внешним аудитором;
- ходатайствовать перед советом директоров о включении в Комитет двух экспертов по финансам из независимой консалтинговой фирмы.

Оцените соответствие состава комитета по аудиту требованиям законодательства и Кодекса корпоративного поведения; оцените каждый пункт плана работы Комитета по аудиту и дайте свои комментарии.

3.12. При оценке уровня корпоративного поведения в ОАО «Рассвет» рейтинговое агентство «Перспектива» указало в своем заключении: «Отсутствие комитетов совета директоров, в особенности комитета по аудиту, расценивается как негативный фактор». Исходя из результатов оценки уровня корпоративного поведения в Обществе, Советом директоров было решено создать комитеты. Разработку положения «О комитете по аудиту» совет директоров поручил Ревизионной комиссии общества. Ни уставом общества, ни положением «О Совете директоров» создание комитетов не предусмотрено. Численность совета директоров ОАО «Рассвет» - 7 человек.

Какие действия в данной ситуации должен принять совет директоров для создания комитетов? Сколько и какие комитеты целесообразно создать, исходя из рекомендаций Кодекса корпоративного поведения и конкретной ситуации? Оцените решение совета директоров о создании комитетов.

3.13. Охарактеризуйте основные коммуникативные барьеры в организации. Обозначьте их типы и пути их преодоления в деловом общении; какие основные модели выделяет современная отечественная и зарубежная литература. Какова роль обратной связи в деловой коммуникации?

3.14. Проанализируйте состояние денежного рынка: динамику процентных ставок, удельный вес краткосрочных кредитов.

3.15. Проанализируйте актуальность банковского кредита в инвестиционном процессе на современном этапе экономического развития РФ.

3.16. Проанализируйте взаимодействие ЦБ РФ с бюджетной системой РФ и коммерческими банками.

3.17. Студенты должны самостоятельно (на выбор) создать 3 из списка следующих документов: тест на личную организованность; личное резюме; график экспертных оценок деловых и личностных качеств персонала; опросный лист эксперта для оценки деловых и личностных качеств работника; деловое письмо в кадровое агентство; должностная инструкция менеджера по персоналу.

3.18. Составить социологическую анкету, используя различные типы вопросов, которая позволит оценить нам при приеме на работу продавца сетевого продовольственного магазина. Обязательные типы вопросов, используемых в анкете: открытые и закрытые; полужакрытые; альтернативные и неальтернативные; вопросы о фактах; вопросы о знании; вопросы о мнении; вопросы о мотивах. В анкете можно

использовать шкалы номинальные и порядковые.

3.19. Составить 3 этапа листа экспертного опроса по методу Дельфи на тему создания нового аксессуара для компьютера. При составлении листа экспертного опроса, используйте в качестве образца нижеследующую таблицу. Смысловые блоки и их составляющие; шкальные оценки; содержание комментарии определите самостоятельно и обоснуйте. Заполнение всех ячеек и их пояснение является обязательным условием выполнения задания.

Критерии выбора отеля для морского отдыха потребителями эконом - класса

	Близость к морю	Инфраструктура развлечений	Транспортная доступность	Организация питания	Вопросы безопасности	Комментарии	Сумма баллов эксперта
Иванов	1	2	3	4	5		
Петров	5	5	5	5	5		
Сидоров	5	4	3	2	1		
Средний показатель важности фактора							

3.20. Определите этап жизненного цикла организации по модели И.Адизеса и обоснуйте свою гипотезу (выбор компании студент осуществляет самостоятельно). Выделите индикаторы для соотнесения выбранной компании с определенным этапом жизненного цикла и обоснуйте свой выбор. Опишите основные этапы жизненного цикла компании, которые уже были пройдены ею. Выдвиньте гипотезу, каким образом будет выглядеть компания на последующих этапах своего жизненного цикла и какие события выступят индикаторами начала и конца этапов.

3.21. Проанализируйте деятельность крупной международной компании, одного из лидеров мирового рынка потребительских товаров, выходящего на российский рынок с новым видом товара. С какими видами рисков и возможностей она столкнется на отечественном рынке. В качестве основы своего ответа используйте модели PESTLE – анализа, SNW – анализа и SWOT– анализа.

3.22. Крупная международная торговая компания, один крупнейших в мире операторов розничных сетей, стремится увеличить свою долю на российском потребительском рынке. Сформулируйте для нее возможности реализации различных эталонных стратегий развития бизнеса, согласно модели Ф. Котлера. Проанализируйте их

достоинства и недостатки, а также вероятность реализации в условиях современного социально - экономического кризиса в России.

3.23. Смоделируйте конфликтную ситуацию в организации и покажите возможности применения модератором метода "Картография конфликта".

3.24. Воспроизведите весовые значения критериев Российской национальной Модели делового совершенства и сопоставьте результаты оценки двух возможных кандидатов на Премию Качества, различающихся по данным критериям.

3.25. Разработать типовой опросный лист (анкету) для анкетирования респондентов. Цель- сбор информации об удовлетворенности потребителя качеством предоставляемых услуг (например, услуги отеля).

3.26. Составить план маркетинговых исследований по запросу заказчика (университетская столовая). Цель исследования - выявление причин сокращения количества посетителей столовой.

3.27. Выберите любую товарную категорию (йогурты, кондитерские изделия, автомобили, косметика и т.д.) и несколько конкурирующих брендов в рамках данной товарной категории. Опишите позиции этих брендов. Как указанные бренды «отстраиваются» от брендов-конкурентов?

3.28. Опишите коммуникационные стратегии 2-3 конкурирующих брендов одной товарной категории. Каким образом коммуникационные стратегии «подтверждают» позиционирование брендов?

3.29. Предложить собственную пошаговую модель разработки и запуска вымышленного бренда X (товарная категория на выбор студента).

3.30. В городе Н. путем преобразования коммерческой организации было создано акционерное общество работников (народное предприятие). При его создании на собрании акционеров было принято ряд решений:

- выпустить 15% привилегированных акций;
- номинальная стоимость акций будет равна 20% минимального размера оплаты труда;
- в руках одного акционера могут находиться акции, номинальная стоимость которых не превышает 3%;
- акции народного предприятия номинальная стоимость которых не превышает 50% уставного капитала, могут быть проданы лицам, не работающим на предприятии;
- принципом голосования на общих собраниях акционеров является «один акционер – один голос»;
- наблюдательный совет избирается сроком на три года;

- генеральный директор избирается сроком на пять лет, повторное избрание не допускается;

- членами ревизионной (контрольной) комиссии могут быть как работники акционеры так и неакционеры.

Дайте юридическую оценку принятым решениям.

3.31. Акционерное общество, уставный капитал которого состоит из 23% привилегированных акций и 77% обыкновенных, выпустило дополнительный пакет акций, который приобрел один из акционеров данного общества – ООО «ВПВ». В сумме ООО «ВПВ» стало обладать 43% обыкновенных и 4% привилегированных акций. Сколько акций необходимо еще приобрести ООО «ВПВ» для того, что являться «материнским» обществом по отношению к акционерному обществу?

3.32. Назовите все законные способы приобретения статусов «дочернее» и «зависимое» общество.

3.33. Привести примеры применения на практике процесса принятия решений в условиях неопределенности; практического применения «дилеммы заключенного».

3.34. Привести примеры применения на практике 3-х стратегий управления риском.

3.35. Заполните таблицу, указав преимущества и недостатки сбора данных посредством использования различных методов опроса.

Метод опроса	Достоинства	Недостатки
Телефонный опрос		
Интернет-опрос		
Индивидуальное интервью		
Глубинное интервью		
Письменный опрос		