Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 15.06.2026 00:46:12
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«МАЙКОПСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра менеджмента и региональной экономики

«Утверждаю»:
Декан факультета
_____ С.К. Ешугова
«____» _____ 2026 г.

Программа
итогового междисциплинарного экзамена
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент и маркетинг»

Майкоп, 2026 г.

Программа государственного экзамена

1. **Организация как система.** Сущность понятия «организация». Объект, предмет и функции теории организации. Роль организаций в обществе. Функциональность как основное свойство организации. Описание организации как объекта управления. Организация как открытая система, внутренняя и внешняя среда организации, взаимодействие и адаптация к изменениям внешней среды. Понятия: организационная система, организационная структура, организационный механизм. Цель как основной системообразующий фактор организации. Функции целей организации. Основные свойства организационных систем как целостного образования: способность к саморазвитию, иерархичность, неаддитивность, эмерджентность, релевантность. Основные свойства организационных систем по взаимоотношению с внешней средой: адаптивность, устойчивость. Динамическое равновесие как характеристика устойчивости. Дифференциация и лабильность как средства обеспечения устойчивости. Маневренность и гибкость как составляющие адаптивности. О специфических свойствах организационных систем: целенаправленность, управляемость, самоорганизация

2. **Законы и принципы организации.** Закон и закономерность как общенаучные категории. Общие законы: закон синергии, закон самосохранения, закон развития, закон соответствия разнообразия управляющей системы разнообразию управляемого объекта, объективный закон приоритета целого над частью, общий закон учета системы потребностей. Частные законы организации: закон непрерывности, ритмичности в движении производственных фондов и др. Специфические законы социальной организации: закон единства анализа – синтеза, закон информированности-упорядоченности, закон пропорциональности и композиции, закон дифференциации и универсализации функций, закон своеобразия, закон социальной гармонии, закон оптимальной загрузки, закон эффективного восприятия и запоминания информации. Определение понятия принципа. Классификация принципов. Общие принципы организации и их характеристика. Частные и ситуационные принципы организации. Статистическое и динамическое состояние организации. Принципы статистического состояния организации. Принципы динамического состояния организации. Принципы рационализации

3. **Проектирование организационных систем.** Методы построения организационных структур управления. Метод структуризации целей. Экспертно-аналитический (прецедентный) метод. Метод организационного моделирования (эвристический). Проблемный подход к построению организационных структур. Программно-целевой метод. Определение целей, задач и этапов проектирования. Матрицы организационных проекций. Факторы, влияющие на эффективность организационной структуры управления

4. **Методологические основы организационного поведения.** Системный подход к проблемам организационного поведения. Личность, как системный фактор организационного поведения. Цель как генеральный мотив организационного поведения. Окружающая среда, ресурсы, объективные законы и законодательная база общества, как факторы формирования организационного поведения. Теория взаимодействия. Факторы, влияющие на поведение индивидуума в организации. Выгода и решение как внутренний механизм организационного поведения

5. **Процесс и механизм организационного поведения.** Закономерности, принципы и методы организационного поведения. Роли, нормы, статусы людей в организации. Лидерство. Мотивация людей в организации. Возможности мотивации в стимулировании эффективного поведения людей. Управление конфликтами в организации. Формирование организационной культуры в организации. Манипуляция в организационном поведении

6. **Альтернативные модели поведения фирмы.** Модели поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения. Моделиуправленческогоповедениявключают:модельуправленческойвыгоды, модель управленческой благоразумности ,агентская модель, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.

7. **Анализ рыночного спроса.** Суммарная рыночная кривая спроса.Основные факторы рыночного спроса. Эластичность спроса. Коэффициент эластичности. Виды и формы эластичности. Прогнозирование спроса. Методы прогнозирования спроса.

8. Теория и анализ затрат. Определение и использование издержек в экономическом анализе. Классификация издержек производства. Альтернативные и прямые издержки. Эффект масштаба производства.

9. Сущность конкуренции и типы рынков. Сущность конкуренции. Типы рыночных структур: чистая (совершенная) конкуренция; чистая (абсолютная) монополия; монополистическая конкуренция; олигополия. Различия между типами конкурентных рынков.

10. Функции государства в рыночной экономике. Основные инструменты государственного регулирования рынка: налоги; дотации; фиксированные цены. Установление верхнего ("потолка") предела цен; установление нижнего ("пола") предела цен.

11. Сущность и основное содержание стратегического анализа. Понятие стратегического анализа. Подходы к проведению стратегического анализа организации. Основное содержание стратегического анализа. Основные этапы проведения стратегического анализа.

12. Методы анализа макро и микросреды. Источники получения информации о макросреде и микросреде. PEST-анализ. Матрица возможностей и угроз. Модель 5 сил М.Портера.

13. Методы анализа внутренней среды. Определение сильных и слабых сторон компании. Источники получения информации о внутренней среде (стратегическом потенциале). Основные составляющие стратегического потенциала. SNW-анализ. Построения диагностической модели. Составление контрольной карты сильных и слабых сторон.

14. Комплексный анализ. Назначение комплексного анализа. SWOT- анализ как инструмент обобщения результатов стратегического анализа и формирования поля стратегических ориентиров организации.

15. Конкурентный анализ. Понятие и виды конкурентных преимуществ. Сущность конкурентного анализа. Методы конкурентного анализа (построение карты стратегических групп, сопоставление цепочек ценностей, оценка конкурентной силы). Определение набора стратегий в конкурентной борьбе.

16. Фирма (предприятие) как основной субъект хозяйствования. Понятия предприятие и фирма. Производственное предприятие. Принципы хозяйственного расчета. Типы предприятий. Виды деятельности предприятий. Организационная и производственная структура предприятия.

17. Основные фонды и оборотные средства фирмы (предприятия). Уставный капитал. Источники формирования уставного капитала. Направления использования и выбытия уставного капитала. Эффективность использования уставного капитала. Основной капитал. Основные фонды. Основные средства. Состав и структура основных фондов. Оценка основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Аренда. Лизинг. Кругооборот фондов предприятия. Стадии кругооборота. Оборотные фонды и фонды обращения. Оборотные средства. Состав и структура оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Источники формирования оборотных средств и финансирования их прироста. Показатели эффективности использования оборотных средств.

18. Нематериальные ресурсы и активы. Нематериальные ресурсы. Объекты промышленной и интеллектуальной собственности. Изобретения, промышленные образцы, полезные модели, товарные знаки. Программное обеспечение, банки данных, базы знаний. «Ноу-хау», рационализаторские предложения, наименование места происхождения товаров. Нематериальные активы.

19. Результаты и эффективность деятельности фирмы (предприятия). Продукция предприятия, ее качество. Экономический эффект. Экономическая эффективность. Абсолютная экономическая эффективность. Сравнительная экономическая эффективность. Прибыль и доход предприятия. Показатели прибыли. Распределение прибыли. Маржинальный доход. Рентабельность ресурсов и продукции. Показатели эффективности.

20. Финансовые ресурсы фирмы (предприятия). Сущность, функции и организация финансов предприятия. Источники формирования финансовых ресурсов предприятия.

21. Маркетинг как управленческая концепция. Управление маркетинговой деятельностью предприятия. Сущность и механизм управления маркетингом. Этапы процесса управления маркетингом. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием. Модели

маркетинга в стратегическом управлении. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений

22. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Портфельные стратегии. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Модель «Джи-и-Макиинзи». Модель «Анализ закрепления». Модель «Анализ приверженности». Матрица «Покупатель-продавец». Сущность и специфика стратегий роста на корпоративном уровне. Матрицы И. Ансоффа. Матрица внешних приобретений. Новая матрица Бостонской консалтинговой группы. Конкурентные стратегии. Модель конкурентных сил М. Портера. Модель реакции конкурентов. Бенчмаркетинг как анализ конкурентоспособности предприятия. Конкурентные преимущества предприятия. Анализ текущего положения стратегического хозяйственного подразделения. Структура обобщенного алгоритма комплексного использования маркетинговых моделей. Комплексное использование маркетинговых моделей

23. Управление маркетингом на функциональном уровне.. Организация управления на функциональном уровне. Сегментация рынка и диагностика конкурентной среды в системе маркетинга. Метод сегментации рынка по выгодам. Метод построения сетки сегментации. Метод многомерной классификации. Метод группировок. Метод функциональных карт. Выбор целевых сегментов. Оценка наиболее привлекательных для субъекта рынка сегментов. Анализ сегмента рынка: требования к сегменту, измерение спроса. Покупательское поведение. Модели представления покупательского поведения. Позиционирование товара как функция стратегического маркетинга. Этапы и критерии позиционирования. Позиционирование и репозиционирование продукции. Элементы комплекса маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение. Разработка комплекса маркетинга.

24. Управление маркетингом на инструментальном уровне. Управление товаром. Мультиатрибутивная модель товара. Управление жизненным циклом продукта. Обеспечение конкурентоспособности товара. Создание нового товара. Управление ценой. Разработка ценовой стратегии фирмы. Факторы, влияющие на политику цен предприятия. Управление каналами распределения. Проблемы управления каналом: отбор и мотивирование участников каналов, оценка и контроль их деятельности. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами.

25. Организация управления маркетингом. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Функциональная организационная структура отдела маркетинга. Задачи системы маркетинга на предприятии. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Формирование маркетингового бюджета. Контроль, оценка и аудит маркетинга. Подходы к построению структуры службы маркетинга на предприятии. Оптимальная структура службы маркетинга.

26. Сущность, функции и принципы организации корпоративных финансов. Сущность корпоративных финансов. Распределительная и контрольная функции корпоративных финансов. Принципы организации финансов: саморегулирование хозяйственной деятельности; самоокупаемость и самофинансирование; деление источников формирования оборотных средств на собственные и заемные; наличие финансовых резервов.

27. Финансовая политика корпорации. Природа финансовой политики корпорации. Основных направления: реформирование финансовых отношений; стабилизации финансовых отношений; финансовое оздоровление. Элементный состав финансовой политики корпорации. Типы финансовой политики.

28. Политика расходов, классификация затрат корпорации. Сущность и экономическое содержание терминов «затраты», «расходы» и «себестоимость».Классификация затрат**:** Материальные затраты; Затраты на оплату труда; Страховые взносы; Амортизационные отчисления; Прочие. Виды себестоимости: технологическая; цеховая; производственная; полная. Характеристики затрат.

29. Назначение и виды ресурсов и резервов корпорации. Сущность ресурсов и резервов корпорации. Классификация ресурсов корпорации: финансовые, материальные, трудовые, природные, информационно-интеллектуальные. Принципы формирования, оценки и управления резервами. Классификация резервов.

30. Капитал корпорации, его характеристики и виды

Экономическая сущность капитала корпорации и его характеристики. Виды капитала корпорации: по принадлежности; по целям использования; по формам инвестирования; по объекту инвестирования; по форме нахождения в процессе кругооборота; по формам собственности; по организационно-правовым формам деятельности; по характеру использования в хозяйственном процессе; по характеру использования собственниками; по источникам привлечения; по соответствию правовым нормам функционирования.

31. Кризисы в управлении организацией (компанией, фирмой, предприятием). Общие и специфические, внешние и внутренние факторы развития организации. Возникновение кризисов в организации. Тенденции цикличного развития организации. Опасность и вероятность кризисов в цикличных тенденциях развития организации

32. Диагностика кризисов в процессах управления. Основные параметры диагностирования. Этапы и методы диагностики кризиса. Информация в диагностике кризиса. Диагностика банкротства предприятия.

33. Реструктуризация предприятия. Сущность реструктуризации. Основные объекты реструктуризации. Методы и формы реструктуризации. Потребность и необходимость в реструктуризации. Принципы и критерии эффективности реструктуризации. Организация реструктуризации. Роль реструктуризации в антикризисном управлении.

34. Стратегия и тактика в антикризисном управлении. Роль стратегии в антикризисном управлении. Разработка антикризисной стратегии организации. Реализация выбранной антикризисной стратегии: тактика управления. Организация внедрения антикризисной стратегии

35. Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Сущность инвестиционной политики. Реальные и финансовые инвестиции. Эффективность инвестиционных проектов. Основные показатели для расчета эффективности инвестиционных проектов.

36. Инновационный менеджмент на неплатежеспособном предприятии. Особенности антикризисного инновационного менеджмента, инновационные технологии, формирование портфеля инновационных проектов

37. Методология исследования в менеджменте Методология научного исследования, технико-технологическое направление исследования, основные категории исследования, основные формы научного исследования, фактологическое обеспечение исследования, использование фактов в исследовании.

38. Комплексно-комбинированные методы исследования Абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование и использование приборов.

39. Формально-логические методы исследования. Методы выводного знания (диалектические), полное и неполное индуктивное заключение, «вероятный» вывод, традуктивное умозаключение, сравнение и аналогия, содержательная логика.

40. Оценка результатов исследования и диагностика. Понятие и методика диагностики, цели и задачи диагностики, программно – тестовые и экспертные оценки, коллективные и индивидуальные, точные и приблизительные, эпизодические и периодические, общие и локальные, простые и сложные оценки, характер оценок и мышление, критерии и показатели оценок.