

Приложение № 7

к Правилам приема на обучение в ОмГПУ по образовательным программам высшего образования – программам подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре на 2025/26 учебный год

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ «РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА» ПО НАУЧНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 5.2.3. РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

I. Пояснительная записка

Программа составлена на основе федеральных государственных требований к структуре программ подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), условиям их реализации, срокам освоения этих программ с учетом различных форм обучения, образовательных технологий и особенностей отдельных категорий аспирантов (адъюнктов).

Уровень знаний поступающего оценивается экзаменационной комиссией по 100-балльной системе. Максимальная оценка соответствует **100** баллам. Минимальное количество баллов для успешного прохождения вступительного испытания составляет **60**.

Целью подготовки по специальности *5.2.3. Региональная и отраслевая экономика* является обеспечение различных сфер экономики научными и научно-педагогическими кадрами, а также высококвалифицированными специалистами-практиками, владеющими современными научными методами экономического анализа. Данная специальность охватывает методологические, методические и прикладные вопросы формирования экономических систем, развития региональной и отраслевой экономики.

При этом в отличие от других экономических специальностей, специальность 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика предполагает анализ региональных и отраслевых экономических систем, в качестве которых могут выступать хозяйственные системы различного масштаба, уровня, сфер экономики и форм собственности. Важной составной частью специальности *5.2.3. Региональная и отраслевая экономика* являются различные аспекты изучения субъектов экономических систем (государственные, транснациональные, региональные, корпоративные структуры).

Основу настоящей программы составили ключевые положения следующих дисциплин: «Региональная экономика», «Экономика предприятия», «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия», «Маркетинг», «Инновационный анализ», «Управление качеством», «Экономика труда», «Бухгалтерский учет, аудит».

Целью проведения вступительного экзамена в аспирантуру по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика является выявление знаний студентов, приобретенных в процессе получения высшего образования на уровне знаний специалиста в области экономики.

Экзаменационный билет по специальности включает три вопроса: два теоретических и один по теме диссертационного исследования (реферат, статья). Поступающий, получив билет и время на подготовку, письменно готовит конспект ответа на билет и затем устно отвечает на эти и дополнительные вопросы членам приемной комиссии.

Критерии оценивания ответа следующие:

0-59 б.: - тематика вопроса не отражена в ответе;

- в ответе представлены взгляды, не опирающиеся на достижения науки;
- ответ противоречит логике;
- в нем не используется научная терминология;
- выводы либо отсутствуют, либо противоречат современному научному знанию.

60-69 б.: - ответ не раскрывает содержание вопроса, в нем не отражены необходимые факты, термины и понятия;

- не выявлены условия и факторы, определявшие характер описываемых явлений и процессов;
- не обозначены научные концепции, сложившиеся при осмыслении этих явлений и процессов;
- в ответе обнаружены нарушения логики, не используется научная терминология;
- не сформулированы необходимые выводы.

70-79 б.: - ответ в основном раскрывает содержание вопроса, в нем отражена часть необходимых фактов, терминов и понятий;

- выявлены некоторые условия и факторы, определявшие характер описываемых явлений и процессов; обозначены некоторые проявившиеся в них тенденции и закономерности; частично названы источники, позволяющие раскрыть содержание этих явлений и процессов;
- обозначены отдельные научные концепции, сложившиеся при осмыслении этих явлений и процессов;
- в ответе обнаружены нарушения логики, научная терминология используется частично, необходимые выводы сформулированы не полностью.

80-89 б.: - ответ раскрывает содержание вопроса, в нем отражена большая часть необходимых фактов, терминов и понятий;

- выявлены основные условия и факторы, определявшие характер описываемых явлений и процессов;
- обозначены главные проявившиеся в них тенденции и закономерности;
- дана общая характеристика источников, позволяющие раскрыть содержание этих явлений и процессов;
- представлены ключевые научные концепции, сложившиеся при осмыслении этих явлений и процессов;
- ответ в целом логичный, с использованием научной терминологии, содержит необходимые выводы.

90-100 б.: - ответ в полной мере раскрывает содержание вопроса, в нем отражены все необходимые факты, термины и понятия;

- выявлены все условия и факторы, определявшие характер описываемых явлений и процессов;
- обозначены проявившиеся в науке тенденции и закономерности;
- дана полная характеристика источников, позволяющая раскрыть содержание этих явлений и процессов;
- представлен анализ ключевых научных концепций, сложившихся при осмыслении этих явлений и процессов;
- ответ логичный, с опорой на научную терминологию, содержит необходимые выводы.

На вступительном экзамене в аспирантуру по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика соискатель должен продемонстрировать владение категориальным аппаратом экономической науки, знание основных теорий и механизмов региональной и отраслевой экономики. Соискатель также должен показать умение использовать теории и методы экономической науки для анализа современных социально-экономических проблем экономических субъектов.

На вступительных испытаниях использование справочной литературы, персональных компьютеров, средств связи и прочих дополнительных источников информации запрещено. Поступающий, нарушающий правила поведения на вступительном испытании, может быть удален из аудитории без предупреждения. У такого поступающего отбираются все экзаменационные материалы. Фамилия, имя, отчество удаленного из аудитории поступающего и причина его удаления заносятся в протокол проведения вступительного испытания.

При проведении вступительного испытания вопросы поступающих по содержанию экзаменационных вопросов членами экзаменационной комиссии не рассматриваются. При обнаружении опечатки или другой неточности какого-либо

задания вступительного испытания члены экзаменационной комиссии обязаны отметить этот факт в протоколе проведения вступительного испытания. Экзаменационной комиссией будут проанализированы все замечания, при признании вопроса некорректным он засчитывается поступающему как выполненный правильно.

II. Основное содержание (по разделам, темам)

1. Теоретические основы специальности

1.1. Макроэкономическая теория

Система национальных счетов. Теория макроэкономического равновесия. Совокупный спрос и совокупное предложение. Модели макроэкономического равновесия: классическая и кейнсианская. Мультипликационные эффекты в национальной экономике.

Теория экономического роста. Экономический рост как обобщающий показатель функционирования экономики. Рост и эволюция структуры национальной экономики. Источники, факторы и показатели экономического роста. Моделирование экономического роста: набор переменных, особенности факторного анализа.

Теория деловых циклов и кризисов. Экономическая динамика и ее типы. Циклический характер развития современной экономики. Виды циклов.

Теория денег. Деньги: традиционное и современное понимание природы, сущности, функций и форм. Денежная масса и ее структура, денежные агрегаты. Денежный рынок. Количественная теория денег. Предложение денег банковской системой. Регулирование денежной массы. Равновесие на рынке денег и факторы его нарушения. Монетарная политика: инструменты, направления, эффективность.

Теория макроэкономической нестабильности: инфляция и безработица. Теория инфляции. Инфляция: понятие, показатели, виды. Экономические последствия инфляции. Влияние инфляции на распределение дохода, эффективность производства, предпринимательскую активность. Экономические издержки инфляции.

Теория безработицы. Понятие «полной» занятости и естественная безработица. Гистерезис (естественный уровень безработицы как результат фактической истории). Потери от безработицы (закон Оукена). Взаимосвязь инфляции и безработицы. Адаптивные и рациональные ожидания.

1.2. Микроэкономическая теория

Рыночный механизм и его элементы: цена, спрос, предложение. Спрос как экономическая категория. Кривая спроса. Закон спроса. Детерминанты (неценовые факторы) спроса.

Предложение как экономическая категория. Кривая спроса. Закон спроса. Детерминанты предложения.

Эластичность спроса и предложения. Факторы эластичности. Показатели эластичности.

Закон спроса и предложения. Рыночное равновесие в условиях совершенной конкуренции. Равновесная цена.

Поведение потребителя в рыночной экономике: постановка проблемы и основные предпосылки анализа.

Предпринимательство как способ экономической реализации прав собственности в условиях рыночной экономики. Условия и цели предпринимательства (бизнеса).

Предприятие (фирма) как основная экономическая единица. Теория фирмы. Фирма и рынок как типы организации экономического обмена в обществе. Фирма в рыночной экономике: основные типы, соотношение права собственности и контроля, целевая функция. Неоклассическая теория фирмы. Теория поведения производителя. Факторы производства и производственная функция. Производительность факторов производства и научно-технический прогресс. Выбор производственной технологии и принцип наименьших затрат. Доход фирмы и ее издержки. Издержки кратко- и долгосрочного периодов. Неинституциональная теория транзакционных издержек.

Поведение производителя в различных типах рыночных структур. Рыночная структура: понятие и определяющие признаки. Классификация рыночных структур. Совершенная конкуренция как идеальная модель рынка и способ анализа реальных рыночных структур. Монополия: понятие, условия существования, факторы монопольной власти. Виды монополий. Монопольная власть и ее измерение. Ценовая дискриминация. Естественная монополия и дилемма ее регулирования. Неэффективность распределения ресурсов при монополии. Монополии и научно-технический прогресс.

Олигополия в рыночной экономике. Стратегия фирмы в олигополистической отрасли. Ценовая политика олигополии. Неценовая конкуренция на олигополистических рынках.

Монополистическая конкуренция: особенности рыночной структуры. Равновесие на монополистически конкурентном рынке. Ценовая и неценовая конкуренция. Монополистическая конкуренция и общественная эффективность.

Концентрация и централизация капитала и производства. Слияния и поглощения. Диверсификация. Интеграционные процессы на отдельных рынках.

Теория конкуренции и антимонопольного регулирования. Особенности рыночных структур в российской экономике.

Рынки факторов производства: труда, капитала, земли. Особенности формирования спроса и предложения на рынках факторов производства. Концепция производного спроса. Индивидуальное и рыночное предложение на рынке труда. Модели рынка труда: конкурентное и неконкурентное равновесие на рынке труда. Трудовые доходы и их распределение. Теория «человеческого» капитала и эффективной заработной платы. Особенности рынка капитала. Капитал и ссудный процент. Дисконтирование, инвестиционные решения фирмы. Оценка эффективности инвестиций. Спрос и предложение на рынке природных ресурсов.

Информация как ресурс, ее отличия от других ресурсов. Предпринимательство и неопределенность. Особенности рынков ресурсов в современной российской экономике.

Теория общего экономического равновесия. Взаимодействие рынков: частичное и общее равновесие. Общее равновесие и эффективность.

Социальная эффективность распределения ресурсов. Условия социальной эффективности в рыночной экономике. Улучшение благосостояния по Парето. Критерий оптимальности Парето. Причины нарушения общего равновесия и эффективности в реальной рыночной экономике. Экстерналии, или внешние эффекты. Монополизация рынков. Общественные товары и услуги. Государственное регулирование рынка.

2. Вопросы по специализации

2.1. Региональная экономика

Региональные и локальные рынки.

Предмет, методы и основные задачи региональной экономики. Теории пространственной и региональной экономики. Пространственное распределение экономических ресурсов. Пространственная организация национальной экономики. Экономическое районирование. Региональное экономическое развитие.

Понятие и содержание региональной политики. Методы, формы и механизмы реализации региональной политики. Современный подход к региональным программам. Основные направления региональной политики федерального центра и органов регионального управления. Проблемы региональной социально-экономической дифференциации. Дифференциация регионов России по различным социально-экономическим показателям и необходимость выравнивания их уровня развития как одна из важнейших социально-экономических задач региональной политики государства на современном этапе.

Инструменты регулирования регионального развития. Особенности региональной политики государства в социальной сфере. Особенности региональной политики

государства в производственно-экономической сфере. Средства макроэкономической и микроэкономической политики.

Региональная экономическая политика. Экономика федеративных отношений. Бюджетный федерализм. Особые экономико-правовые режимы регионального и местного развития. Оценка эффективности региональной экономической политики в Российской Федерации, федеральных округах, субъектах федерации и муниципальных образованиях. Инструменты и методы оценки перспектив развития региональных экономических систем.

Производственно-ресурсный потенциал России и его экономическая оценка. Анализ и диагностика социально-экономического развития территории в системе регионального управления. Краткая характеристика природно-ресурсного потенциала России. Роль природных ресурсов в развитии социально-экономического комплекса региона. Особенности размещения природных ресурсов РФ. Сущность и роль диагностики социально-экономического развития территории. Информационное обеспечение анализа и диагностики социально-экономического развития региона. Методика анализа и диагностики социально-экономического развития региона. Комплексная интегральная оценка социально-экономического развития региона.

Система региональных рынков. Понятие «региональные рынки», основные рынокообразующие факторы. Закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Региональный рынок как сфера обращения товаров в пределах субъекта Федерации. Экономическая сущность регионального рынка как совокупность высоколокализованных социально-экономических процессов и отношений в сфере обмена (обращения), формируемых под влиянием спроса и предложения каждого территориально-административного образования, с учетом адекватных методов регулирования конъюнктуры рынка и процессов принятия коммерческих решений.

Система региональных рынков. Потребительский рынок, региональный рынок труда, региональный рынок земли, региональный рынок капитала. Миграция рабочей силы, условия и факторы межрегиональной торговли. Сравнительные и абсолютные преимущества. Межрегиональная торговля и ресурсная обеспеченность. Условия и факторы межрегиональной торговли.

2.2. Экономика промышленности

Основные экономические школы. Отраслевая структура экономики. Формы собственности, совершенствование отношений и механизмы изменения (приватизация,

национализация, интеграция, демонополизация и др.). Циклы экономической активности. Факторы экономического развития. Типы экономических систем, их особенности. Экономические риски и неопределенность; выбор оптимального решения. Вклад российских ученых в развитие экономической теории.

Понятие предприятия, классификация предприятий, их организационно-правовые формы. Последовательность принятия оптимальных решений на уровне предприятий. Внешняя и внутренняя среда функционирования предприятий. Рынок и его основные инструменты. Типология рынков. Закон предложения, закон спроса, равновесная цена. Факторы производства, рабочая сила, физический, финансовый капитал. Совершенная конкуренция. Общие признаки несовершенной конкуренции. Монополия и олигополия, монопольные рынки, монополия. Механизмы антимонопольного регулирования. Спрос и предложение ресурсов: сущность, закономерности формирования. Рынки факторов производства. Рынки ресурсов. Рынок капитала. Рента, классификация ренты, природная рента, горная и земельная рента, прибыль, сверхприбыль, заработная плата. Ценообразование на промышленную продукцию. Инновационный потенциал предприятий, отраслей и комплексов в промышленности. Эколого-экономическая оптимизация природоохранной деятельности на промышленных предприятиях.

Институциональные и структурные преобразования в промышленности. Рынки товаров промышленных предприятий. Развитие интеграционных процессов в промышленности. Регулирование деятельности естественных монополий. Формирование вертикально и горизонтально интегрированных хозяйственных структур в промышленности. Финансово-промышленные группы: цели и задачи создания, особенности управления. Прогнозирование развития промышленных комплексов. Формирование механизмов устойчивого функционирования предприятий. Реструктуризация отраслей и предприятий промышленности.

Производственные структуры промышленного предприятия. Организация производственных процессов. Производственный эколого-ориентированный менеджмент предприятий. Эффективность промышленного производства. Формы специализации, кооперации и комбинирования в промышленности. Диверсификация промышленного производства. Межрегиональная кооперация в промышленности. Принципы размещения промышленного производства. Техническое перевооружение, реконструкция и модернизация предприятий промышленности. Инфраструктура промышленного производства. Вспомогательные производства и обслуживающие хозяйства предприятия. Материально-техническое обеспечение в промышленности. Организация экономической

безопасности предприятия. Управление конверсионными процессами в промышленности.

2.3. Экономика сферы услуг

Роль и место сферы услуг в системе разделения и кооперации труда. Объективность возникновения и развития сферы услуг. Тенденции и закономерности. Внешняя и внутренняя среда и ее влияние на темпы и направления развития сферы услуг. Экономические законы и их влияние на сферу услуг.

Классификация и характерные особенности основных услуг, представленных в классификаторе видов экономической деятельности. Отраслевая специализация и кооперация сферы услуг. Экономические методы и критерии обоснования эффективности специализации и кооперации в сфере услуг. Рыночные отношения и их влияние на хозяйственные и управленческие связи предприятий сферы услуг основные направления повышения эффективности использования рыночных инструментов в сфере услуг. Информатизация общественных и экономических связей и роль сферы услуг в этом процессе. Современные теории постиндустриального общества и характерные особенности развития сферы услуг. Сфера услуг и качество жизни населения, их взаимовлияние.

Общая характеристика хозяйствующих субъектов сферы услуг и их организационно-правовые формы. Особенности разгосударствления и приватизации имущественных комплексов сферы услуг, в том числе социально-культурного назначения. Нормативно правовые условия создания и функционирования предприятий сферы услуг. Социальная инфраструктура сферы услуг и особенности ее воспроизводства и развития. Отраслевой и корпоративный подходы к формированию организации сферы услуг. Принципы размещения предприятий сферы услуг на территориальном, региональном и национальном уровнях. Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы услуг. Программно-целевые методы оптимизации размещения, развития и эффективного функционирования предприятий сферы услуг.

Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг. Принципы и факторы выбора оптимальных форм хозяйствования. Научные направления и школы в совершенствовании управления предприятиями сферы услуг. Особенности и характерные элементы построения и оптимизации организационных структур управления в предприятиях сферы услуг.

Экономические основы функционирования некоммерческих организаций в сфере услуг. Основные организационные формы управления этими предприятиями.

Вертикаль и горизонталь отраслевой власти, и место государственного регулирования в обеспечении надежности и безопасности функционирования предприятий (комплексов) сферы услуг. Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов сферы услуг.

Система государственного регулирования предприятиями сферы услуг. Принципы и подходы к выработке мер государственного воздействия на предприятия. Характер отношений местных органов власти и предприятий сферы услуг. Отраслевой принцип построения и регулирования предприятий сферы услуг. Межотраслевые комплексы в сфере услуг и проблемы их экономических отношений с государственными структурами.

Государственный протекционизм развития социально-значимых организаций сферы услуг. Формы государственной поддержки предприятий сферы услуг.

Федеральный закон №381 от 28.12.09 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Обеспечение единства экономического пространства в России. Развитие торговой деятельности в целях удовлетворения потребностей и обеспечения доступности товаров для населения, формирования конкурентной среды, поддержки российских производителей товаров. Обеспечение соблюдения прав и законных интересов хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, баланса их экономических интересов, а также обеспечение соблюдения прав и интересов населения. Разграничение полномочий между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности.

Тенденции и закономерности возникновения и развития рынка услуг. Формирование и развитие отраслевых, региональных и национальных рынков услуг. Характер экономических отношений на рынке услуг. Роль государства в развитии и регулировании рынка услуг. Спрос на услуги, его проявления и формы удовлетворения. Качественные и количественные показатели на рынке услуг. Система ценообразования в сфере услуг.

Конкуренция на рынке услуг. Виды конкуренции. Стратегия и тактика поведения предприятий сферы услуг на различных рынках. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг, методы и подходы к ее оценке. Способы, условия, и направления обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Управление конкурентоспособностью и формирование конкурентных преимуществ. Особенности

экономико-управленческих подходов в обеспечении надежности функционирования социально-ориентированных предприятий на рынке услуг.

Качество услуг, стандартизация и сертификация услуг. Организационно-экономическое обеспечение стандартов на услуги. Экономический механизм обеспечения безопасности услуг и повышения качества предоставляемых услуг.

Экономические ресурсы: понятие, классификация, воспроизводственная структура.

Ресурсы предприятий сферы услуг и их виды. Качественные и количественные характеристики ресурсного потенциала и его влияние на социально-экономическое развитие предприятий сферы услуг. Структура экономических ресурсов сферы услуг. Инновационный потенциал предприятий сферы услуг, его оценка и организационные условия эффективной реализации. Управление ресурсами предприятия сферы услуг: принципы, подходы, методы.

Показатели использования ресурсов. Основные методы и подходы к оценке эффективности использования ресурсов. Современные теории управления ресурсами. Оптимизация ресурсов по объему и структуре на основе теории управления затратами.

Материально-вещественные ресурсы сферы услуг, их экономическое содержание и воспроизводство. Инвестиционные ресурсы в развитии материально-технической базы сферы услуг и методы повышения инвестиционной привлекательности.

Человеческий ресурс сферы услуг и его значение в эффективности функционирования предприятий. Интеллектуальный потенциал человеческого ресурса и система его воспроизводства. Экономические основы государственного регулирования интеллектуальной собственности в сфере услуг. Образовательные услуги и их трансформация в воспроизводственных процессах ресурсного и инновационного потенциала предприятий сферы услуг.

Экономические условия и последствия благотворительности, меценатства и спонсорства в сфере услуг. Управление экономическим ресурсом, приобретаемым на условиях благотворительности.

Информационный ресурс и эффективность его использования в сфере услуг.

2.4. Маркетинг

Понятие, сущность и принципы маркетинга. Эволюция и концепции маркетинга. Маркетинг отношений. Цели и функции маркетинга. Общие и специфические функции маркетинга. Характеристика и особенности элементов маркетинговой микросреды предприятий. Основные составляющие маркетинговой микросреды предприятия.

Характеристика элементов маркетинговой макросреды предприятий в современных условиях.

Классификация видов маркетинга. Маркетинг как процесс управления спросом. Характеристика рынков. Типы рынков: потребительский рынок, рынок продукции производственного назначения, рынок перепродаж, рынок государственных учреждений, международный рынок. Потенциальный рынок; доступный рынок, квалифицированный рынок.

Сегментирование рынков. Понятие и стратегии позиционирования на рынке. Сегментация и позиционирование.

Понятие, классификация и организация маркетинговых исследований. Организационные формы проведения исследований. Основные этапы и стадии маркетингового исследования. Источники первичной и вторичной информации в маркетинговых исследованиях. Основные методы сбора первичной информации: наблюдение, опрос, эксперимент. Объекты рыночных исследований: товар, рыночный спрос, предложение, потребители, конкуренты, цены.

Методы анализа маркетинговой информации. Количественные методы маркетинговых исследований: экономико-статистические, аналитические. Качественные методы маркетинговых исследований: экспертные оценки, фокус-группы, психологические методы.

Исследование количественных характеристик рынка. Основные количественные характеристики рынка: емкость, потенциал, объем спроса, доля рынка. Методы определения количественных характеристик рынка. Виды спроса. Методы прогнозирования рыночного спроса: экспертные, экономико-статистические и аналитические.

Изучение потребителей. Модель покупательского поведения. Основные направления изучения потребителей. Влияние культурных, социальных, личностных, психологических и ситуационных факторов на поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке.

Исследование товара. Товар в системе маркетинга. Виды и классификация товара. Концепция жизненного цикла товара. Многоуровневая концепция продукта. Конкурентоспособность товара.

Товарная политика предприятия. Содержание и направления товарной политики предприятия. Разработка оптимального ассортимента продукции, поддержание конкурентоспособности продукции, упаковка товара. Стратегия разработки новых товаров. Управление брэндами.

Ценообразование в системе маркетинга. Основные ценовые стратегии. Порядок ценообразования. Управление ценами. Связь цен со стимулированием сбыта. Особенности установления цен на новый товар.

Маркетинговая сбытовая политика. Понятие сбытовой политики предприятия. Процесс товародвижения. Структура и типы каналов товародвижения. Оптовая и розничная торговля. Посредники и их характеристики. Факторы, влияющие на выбор канала распределения.

Коммуникационная политика предприятия. Основные понятия коммуникационной политики предприятия. Модель коммуникации. Основные средства воздействия комплекса маркетинговой коммуникации: реклама; Public Relations; личная продажа как форма индивидуального воздействия, стимулирование сбыта.

Реклама и рекламная стратегия предприятия. Оценка эффективности рекламной программы.

Планирование маркетинга на предприятии. Стратегическое и оперативное планирование. Структура маркетинговых планов и программ. Процедура планирования маркетинга.

Организация маркетинга на предприятии. Служба маркетинга на предприятии. Виды организационных структур управления маркетингом. Основные задачи и виды маркетингового контроля и аудита.

Международный маркетинг. Международный маркетинг как система управления внешнеэкономической деятельностью предприятия. Стратегии выхода на международные рынки. Структура комплекса маркетинга. Коммуникативная политика на международном рынке.

Цели и задачи маркетингового планирования. Маркетинговое планирование и маркетинговые программы. Разработка маркетинговых программ и их основные типы. Программы действий в зависимости от спроса на рынке и типов маркетинга. Методы прогнозирования. Показатели измерения прогнозов. Оценка и контроль маркетинговых программ. Определение успехов в маркетинге. Отклонения и корректировка программ, разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности. Ситуационный анализ, его применение и результативность.

III. Вопросы и экзаменационные задания

Общая часть

1. Теория макроэкономического равновесия. Совокупный спрос и совокупное предложение. Модели макроэкономического равновесия.

2. Теория экономического роста. Экономический рост как обобщающий показатель функционирования экономики. Источники, факторы и показатели экономического роста
3. Теория деловых циклов и кризисов. Экономическая динамика и ее типы. Циклический характер развития современной экономики. Виды циклов.
4. Теория денег. Денежная масса и ее структура, денежные агрегаты. Денежный рынок. Количественная теория денег. Монетарная политика.
5. Теория макроэкономической нестабильности: инфляция и безработица. Теория инфляции. Теория безработицы. Потери от безработицы (закон Оукена). Взаимосвязь инфляции и безработицы.
6. Рыночный механизм и его элементы: цена, спрос, предложение. Спрос как экономическая категория. Предложение как экономическая категория. Эластичность спроса и предложения. Закон спроса и предложения.
7. Теория фирмы. Неоклассическая теория фирмы. Теория поведения производителя. Доход фирмы и ее издержки.
8. Поведение производителя в различных типах рыночных структур. Рыночная структура: понятие и определяющие признаки. Совершенная конкуренция. Монополия. Олигополия в рыночной экономике.
9. Концентрация и централизация капитала и производства. Слияния и поглощения. Диверсификация. Интеграционные процессы на отдельных рынках.
10. Информация как ресурс, ее отличия от других ресурсов. Предпринимательство и неопределенность. Особенности рынков ресурсов в современной российской экономике. Социальная эффективность распределения ресурсов.
11. Управление в жизни общества. Основные аспекты: содержательный, функциональный и структурный.
12. Принципы исследования развития системы управления. Методологическая основа построения новой системы управления. Сущность понятия «управление» и его взаимосвязь с управляемой системой.
13. Разработка управленческих решений и их информационное обеспечение. Понятие «управленческое решение». Три основных этапа разработки управленческого решения: стадия подготовки, стадия принятия решения, стадия реализации решения.
14. Управление государственным сектором как инструмент воздействия на национальную экономику. Механизм управления общественной собственностью.
15. Стратегическое планирование как процесс практической деятельности общества. Методология стратегического планирования. Логика разработки прогнозов, проектов программ и стратегических планов. Системный подход в практике планирования.

Специальная часть

Экономика промышленности.

1. Основные экономические школы. Отраслевая структура экономики. Циклы экономической активности. Факторы экономического развития. Экономические риски и неопределенность.
2. Понятие предприятия, классификация предприятий, их организационно-правовые формы. Внешняя и внутренняя среда функционирования предприятий. Факторы производства. Конкуренция. Спрос и предложение ресурсов: сущность, закономерности формирования.
3. Институциональные и структурные преобразования в промышленности. Рынки товаров промышленных предприятий. Развитие интеграционных процессов в промышленности. Формирование механизмов устойчивого функционирования предприятий.
4. Производственные структуры промышленного предприятия. Организация производственных процессов. Производственный эколого-ориентированный менеджмент предприятий. Эффективность промышленного производства.
5. Природа управления и исторические тенденции его развития. Этапы и школы в истории менеджмента. Закономерности управления различными системами. Функции менеджмента.
6. Исследование систем управления промышленными системами (предприятиями, отраслями, комплексами). Основные этапы исследования систем управления. Диагностика систем управления.
7. Основные типы корпораций. Особенности управления корпоративными структурами в промышленности. Современные подходы к оценке качества корпоративного управления.
8. Антикризисное управление. Разновидности кризисов. Виды экономических кризисов. Причины возникновения кризисов. Государственное регулирование кризисных ситуаций.
9. Диагностика банкротства. Стратегия и тактика антикризисного управления. Инновации и механизмы повышения антикризисной устойчивости. Управление рисками в деятельности промышленных систем.
10. Коммуникации в современном бизнесе. Коммуникация как функция управления. Информационная поддержка управленческой деятельности. Информационные технологии управления. Направления информатизации бизнеса.

11. Структура и состав информационного обеспечения. Влияние информационных технологий на организационную структуру предприятия. Корпоративные информационные системы: виды, назначение.
12. Учетная политика предприятий: сущность, принципы формирования. Концепции финансового учета в промышленности. Управленческий учет. Системы контроллинга в промышленных системах. Модели формирования издержек в финансовом и управленческом учете.
13. Себестоимость. Системы калькулирования и анализа себестоимости; особенности учета налоговых и приравненных к ним издержек на промышленном предприятии. Особенности учета нематериальных активов.
14. Основные методы экономического анализа предприятия.
15. Система показателей оценки финансового состояния предприятия. Критерии оценки финансового состояния промышленного предприятия.
16. Финансовый механизм управления промышленными системами. Основные принципы финансирования и кредитования капитальных вложений. Краткосрочный кредит в хозяйственном механизме управления предприятием
17. Финансовая работа и финансовое планирование в системе управления предприятием. Роль финансов и кредита в развитии внешнеэкономической деятельности предприятий.
18. Стратегические ресурсы предприятий. Формирование миссии и стратегической цели. Технология стратегического планирования. Бизнес планирование. Современные стратегии предприятий основных промышленных комплексов России.
19. Стратегическая сегментация внешней и внутренней среды фирмы. Портфельный анализ и стратегическая сегментация рынка.
20. Реализация стратегии и стратегический контроль. Стратегический маркетинг. Маркетинг как составная часть стратегического управления. Бенчмаркинг.
21. Интеллектуальный капитал предприятия. Менеджмент знаний.
22. Внутрифирменное планирование в системе управления предприятиями (корпорациями, отраслями, комплексами). Долгосрочное и краткосрочное планирование деятельности предприятия. Современные системы планирования себестоимости продукции.
23. Управление качеством в промышленных системах. Этапы управления качеством. Особенности управления качеством продукции промышленных предприятий. Роль стандартов в системе управления качеством. Сертификация продукции и систем качества

24. Инновационный менеджмент в промышленных системах. Сущность, виды инноваций и классификация инноваций. Мировые тенденции в инновационном развитии на современном этапе.
25. Управление инновациями как направление в менеджменте. Основные задачи управления инновациями. Организация управления инновационной деятельностью.
26. Схема инновационного процесса по стадиям. Основные этапы создания и реализации инновационного проекта. Венчурные предприятия: цели и специфика деятельности; особенности финансирования.
27. Человеческий капитал организаций. Обучение персонала как функция управления. Культура организации и стиль руководства. Современные принципы управления персоналом. Методы управления кадрами.
28. Мотивация и стимулирование труда. Мотивация поведения в процессе трудовой деятельности. Формирование группового поведения в организации.
29. Системы оплаты труда. Особенности организации оплаты и стимулирования труда на промышленных предприятиях. Нормирование труда в процессе производства.
30. Понятие производительности труда. Методы измерения и порядок расчета. Факторы повышения производительности труда. Оценка эффективности управления персоналом.

Экономика сферы услуг

1. Роль и место сферы услуг в системе разделения и кооперации труда. Объективность возникновения и развития сферы услуг. Тенденции и закономерности.
2. Классификация и характерные особенности основных услуг, представленных в классификаторе видов экономической деятельности. Отраслевая специализация и кооперация сферы услуг.
3. Общая характеристика хозяйствующих субъектов сферы услуг и их организационно-правовые формы. Социальная инфраструктура сферы услуг и особенности ее воспроизводства и развития. Отраслевой и корпоративный подходы к формированию организации сферы услуг.
4. Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг. Принципы и факторы выбора оптимальных форм хозяйствования. Научные направления и школы в совершенствовании управления предприятиями сферы услуг.
5. Экономические основы функционирования некоммерческих организаций в сфере услуг. Основные организационные формы управления этими предприятиями.
6. Государственное регулирование сферы услуг. Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов сферы услуг.

7. Система государственного регулирования предприятиями сферы услуг. Отраслевой принцип построения и регулирования предприятий сферы услуг.
8. Формы государственной поддержки предприятий сферы услуг.
9. Тенденции и закономерности возникновения и развития рынка услуг. Характер экономических отношений на рынке услуг. Роль государства в развитии и регулировании рынка услуг.
10. Спрос на услуги, его проявления и формы удовлетворения. Качественные и количественные показатели на рынке услуг. Система ценообразования в сфере услуг.
11. Конкуренция на рынке услуг. Виды конкуренции. Стратегия и тактика поведения предприятий сферы услуг на различных рынках. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг, методы и подходы к ее оценке.
12. Качество услуг, стандартизация и сертификация услуг. Организационно-экономическое обеспечение стандартов на услуги. Экономический механизм обеспечения безопасности услуг и повышения качества предоставляемых услуг.
13. Ресурсы предприятий сферы услуг и их виды. Качественные и количественные характеристики ресурсного потенциала и его влияние на социально-экономическое развитие предприятий сферы услуг.
14. Инновационный потенциал предприятий сферы услуг, его оценка и организационные условия эффективной реализации.
15. Управление ресурсами предприятия сферы услуг: принципы, подходы, методы. Современные теории управления ресурсами.
16. Показатели использования ресурсов. Основные методы и подходы к оценке эффективности использования ресурсов.
17. Оптимизация ресурсов по объему и структуре на основе теории управления затратами.
18. Материально-вещественные ресурсы сферы услуг, их экономическое содержание и воспроизводство. Инвестиционные ресурсы в развитии материально-технической базы сферы услуг.
19. Человеческий ресурс сферы услуг и его значение в эффективности функционирования предприятий. Интеллектуальный потенциал человеческого ресурса и система его воспроизводства.
20. Экономические условия и последствия благотворительности, меценатства и спонсорства в сфере услуг. Управление экономическим ресурсом, приобретаемым на условиях благотворительности.
21. Информационный ресурс и эффективность его использования в сфере услуг.

22. Основные этапы развития теории управления субъектами рыночных отношений в сфере услуг. Методы и виды управления, их использование в сфере услуг.
23. Мотивация персонала в сфере услуг. Особенности мотивационных стимулов в реализации задач обеспечения качества и надежности услуги.
24. Экономические стимулы и их использование в сфере услуг. Принципы формирования комплекса материальных и нематериальных стимулов.
25. Эволюция систем управления в сфере услуг на основе новых информационных технологий.
26. Управление денежными потоками, технологическими процессами формирования и оказания услуг в системе «on-line». Электронная продажа услуг и ее перспективность.
27. Планирование и анализ хозяйственной деятельности в системе управления. Стратегический и тактический планы, методы их обоснования и организация выполнения.
28. Социальная и экономическая результативность сферы услуг, их значимость в зависимости от выполняемых функций и роли в решении социально-экономических задач. Показатели и методы оценки результативности и эффективности хозяйственной деятельности организаций сферы услуг.
29. Управление качеством услуг с учетом влияния на финансовый, экономический и социальный эффект.
30. Информационно-методическое обеспечение системы управления результативностью работы организации сферы услуг. Использование современных информационных технологий в повышении эффективности и качества услуг.

Маркетинг

1. Понятие, сущность и принципы маркетинга. Эволюция и концепции маркетинга. Маркетинг отношений.
2. Цели и функции маркетинга. Общие и специфические функции маркетинга.
3. Характеристика и особенности элементов маркетинговой микросреды и макросреды предприятий в современных условиях.
4. Классификация видов маркетинга. Маркетинг как процесс управления спросом.
5. Характеристика рынков. Типы рынков. Потенциальный рынок; доступный рынок, квалифицированный рынок.
6. Сегментирование рынков. Понятие и стратегии позиционирования на рынке. Сегментация и позиционирование.
7. Понятие, классификация и организация маркетинговых исследований. Организационные формы проведения исследований. Основные этапы и стадии маркетингового исследования.

8. Источники первичной и вторичной информации в маркетинговых исследованиях. Основные методы сбора первичной информации: наблюдение, опрос, эксперимент. Объекты рыночных исследований.
9. Методы анализа маркетинговой информации. Качественные методы маркетинговых исследований: экспертные оценки, фокус-группы, психологические методы.
10. Количественные методы маркетинговых исследований: экономико-статистические, аналитические
11. Исследование количественных характеристик рынка. Основные количественные характеристики рынка. Методы определения количественных характеристик рынка.
12. Виды спроса. Методы прогнозирования рыночного спроса: экспертные, экономико-статистические и аналитические.
13. Изучение потребителей. Модель покупательского поведения. Основные направления изучения потребителей. Процесс принятия решения о покупке.
14. Исследование товара. Товар в системе маркетинга. Виды и классификация товара. Концепция жизненного цикла товара. Многоуровневая концепция продукта. Конкурентоспособность товара.
15. Товарная политика предприятия. Содержание и направления товарной политики предприятия.
16. Разработка оптимального ассортимента продукции, поддержание конкурентоспособности продукции, упаковка товара.
17. Стратегия разработки новых товаров. Управление брэндами.
18. Ценообразование в системе маркетинга. Основные ценовые стратегии. Порядок ценообразования.
19. Управление ценами. Связь цен со стимулированием сбыта. Особенности установления цен на новый товар.
20. Маркетинговая сбытовая политика. Понятие сбытовой политики предприятия.
21. Процесс товародвижения. Структура и типы каналов товародвижения. Посредники и их характеристики. Факторы, влияющие на выбор канала распределения.
22. Коммуникационная политика предприятия. Модель коммуникации. Основные средства воздействия комплекса маркетинговой коммуникации.
23. Реклама и рекламная стратегия предприятия. Оценка эффективности рекламной программы.
24. Планирование маркетинга на предприятии. Стратегическое и оперативное планирование. Структура маркетинговых планов и программ.

25. Организация маркетинга на предприятии. Служба маркетинга на предприятии. Виды организационных структур управления маркетингом.
26. Основные задачи и виды маркетингового контроля и аудита.
27. Международный маркетинг как система управления внешнеэкономической деятельностью предприятия. Стратегии выхода на международные рынки.
28. Цели и задачи маркетингового планирования. Разработка маркетинговых программ и их основные типы. Программы действий в зависимости от спроса на рынке и типов маркетинга.
29. Методы прогнозирования. Показатели измерения прогнозов. Ситуационный анализ, его применение и результативность.
30. Оценка и контроль маркетинговых программ. Определение успехов в маркетинге.

IV. Список литературы для подготовки

а) основная литература

1. Грибов В.Д. Экономика предприятия сервиса [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / В.Д. Грибов, А. Л. Леонов. - 3-е изд., перераб. - М.: КноРус, 2011. - 276 с.
2. Григорьев М.Н. Маркетинг [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. "Маркетинг", "Экономика управления на предприятии (по отраслям)" / М. Н. Григорьев. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2011. - 448 с.:
3. Зайцев Н.Л. Макроэкономика. Теория и российская практика [Текст] : учеб. для студ., обучающихся по экон. спец. / ред.: А. Г. Грязнова, Н. Н. Думная. - 4-е изд., стер. - М.: КноРус, 2007. - 679 с.
4. Маркетинг [Электронный ресурс] / М.П. Гаранина, О.А. Бабордина - Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/105023.html>
5. Региональная экономика [Электронный ресурс] / Г. Б. Поляк [и др.]; ред. В.А. Тупчиенко, Н.А. Барменкова, С.С. Шишов, Л.В. Шубцова, Г.Ю. Семикина, С.М. Борзов, Г.Б. Поляк; ред. Г. Б. Поляк. - 5-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74943.html>
6. Региональная экономика [Электронный ресурс] / Н.И. Кузьменко, А.Ф. Бейлина - Воронеж: ВГПУ, 2017. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105507>
7. Тарасевич Л.С. Микроэкономика [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский ; Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт- Издат. 2009. - 541 с.

8. Экономика предприятия: теория и практика [Электронный ресурс] / А.Е. Кисова, А.А. Шпиганович, К.В. Барсукова, И.А. Черникова - Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2021. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/101616.html>

9. Экономика: теория и практика [Электронный ресурс] / Ф.В. Узунов, Н.В. Рогова - Симферополь: Университет экономики и управления, 2020. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/108066.html>

10. Экономика промышленного предприятия [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по направлению и спец. "Менеджмент" / Н. Л. Зайцев. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2011. - 413 с.

б) дополнительная литература

1. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. "Экономика и управление на предприятии(по отраслям)" / А. Н. Асаул. - 4-е изд. - СПб.: Питер , 2013. - 347 с.

2. Бердников И. П. PR-коммуникации [Текст] : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 208 с.

3. Гавриленко Н.И. Маркетинг [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по направлению "Менеджмент" / Н. И. Гавриленко. - 2-е изд., перераб. - М.: Академия, 2011. - 189 с.

4. Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по эконом. направлениям и спец. / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - М.: Юрайт, 2012. - 540 с.

5. Елиферов, В.Г. Бизнес - процессы: Регламентация и управление [Текст] : учеб. пособие / В. Г. Елиферов , В. В. Репин ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - М.: Инфра-М, 2013. - 328 с.

6. Казначевская Г.Б. Экономическая теория [Текст] : учеб. для студ. образоват. учреждений проф. образования / Г. Б. Казначевская. - 4-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д.: Феникс, 2010. - 347 с.

7. Кобелев О. А. Электронная коммерция [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг" / О. А. Кобелев ; ред. С. В. Пирогов. - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 683 с.

8. Крутик А.Б. Теория и методика обучения предпринимательству [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по направлению "Технолог. образование" / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. - М.: Академия, 2010. - 332 с.

9. Крутик А.Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. - 2-е изд., стер. - М.: Академия, 2010. - 217 с.
10. Кузьмина Е.Е. Маркетинг образовательных услуг [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. "Маркетинг" / Е. Е. Кузьмина . - М.: Юрайт, 2012. - 330 с.
11. Нечитайло А.И. Экономика предприятий (организаций) [Текст] : учеб. для студ. вузов / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. - М.: Проспект : КноРус, 2010. - 304 с.
12. Региональная экономика [Электронный ресурс] / М.С. Гайрбеков, З.Я. Гунашева, Х.Г. Чаплаев - Грозный: ЧГПУ, 2017. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/139416>
13. Романцов А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации [Текст] : практ. пособие / А. Н. Романцов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 115 с.
14. Самарина В.П. Экономика организации [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. "Бухгалтерски учет, анализ и аудит", "Финансы и кредит2" / В.П. Самарина, Г. В. Черезов, Э. А. Карпов. - М.: КноРус, 2010. - 319 с.
15. Скляр Е. Н. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. - М.: Дашков и К, 2012. - 214 с.
16. Спиридонова Н.В. Теоретический анализ экономических систем [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по направлению "Экономика" (квалификация (степень) "магистр") / Н. В. Спиридонова. - СПб.: Питер , 2013. - 236 с.
17. Тарасевич Л.С. Макроэкономика [Текст] : учеб. для студ. вузов, обучающихся по эконом. спец. / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский ; Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: Высшее образование, 2008. - 653 с.
18. Шамис В.А. Маркетинг услуг [Текст] : учебное пособие / В. А. Шамис ; Омск. гос. пед. ун-т. - Омск : Изд-во ОмГПУ, 2009. - 106 с.
19. Экономика и управление предприятием [Электронный ресурс] / М.В. Верховская, Е.В. Меньшикова - Томск: Томский политехнический университет, 2019. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/96093.html>
20. Экономика организации [Электронный ресурс] / Т.Н. Беляцкая - Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/100377.html>
21. Экономика социальной сферы [Электронный ресурс] / В.З. Григорьева - Благовещенск: Издательство Амурского государственного университета, 2020. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/103935.html>

22. Экономическая теория [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / ред. Е. Н. Лобачева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт: Высшее образование, 2010. - 515 с.

д) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Микроэкономика [Мультимедиа] : электрон. учеб. для студ. вузов / ред. А. Ю. Юданов. - Электрон. текстовые дан. - М.: КноРус, 2011. - эл. опт. диск (CD-ROM)

2. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Мультимедиа] : электрон. учеб. для студ. вузов / В. И. Беляев. - М.: КноРус, 2010. - 1 эл. опт. диск : цв., зв. - (Электронный учебник)

3. Гребнев Л. С. Экономика [Электронный ресурс] : учебник / Л. С. Гребнев. - М.: Логос, 2011. - 408 с.

4. Николаева И. П. Экономическая теория [Электронный ресурс] : учебник / И. П. Николаева. - М.: "Дашков и К", 2013. - 327 с.

5. Носова С.С. Экономическая теория [Мультимедиа] : электрон. учеб. для студ., обучающихся по экон. спец. / С.С. Носова . - М.: КноРус, 2010. - 1 эл. опт. диск : цв., зв. - (Электронный учебник).