

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации»

Факультет внешнеторгового менеджмента

«Утверждаю»

Проректор по учебной работе

Анисимова Т.В.

2024 г.



Программа

**вступительного испытания в магистратуру
факультета внешнеторгового менеджмента**

Направление подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Профиль:

«Международный бизнес»

«Международный маркетинг»

«Логистика во внешнеэкономической деятельности»

(очная форма обучения)

Обсуждено и представлено к утверждению
на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
протокол № 6 от 24.12.2024 г.

Москва

2024 г.

Разработчики программы:

Научный руководитель магистратуры Международный бизнес,

зав. кафедрой менеджмента и маркетинга, д.э.н. Королев В.И.

доцент кафедры менеджмента и маркетинга, к.э.н. Зинцова М.В.

доцент кафедры мировой и национальной экономики, к.э.н. Старостина У.Я.

доцент кафедры финансов и ВКО, к.э.н. Лущик Л.В.,

доцент кафедры мировой и национальной экономики, к.э.н., Ахмадулина Т.В.

Зав. кафедрой менеджмента и маркетинга,

д.э.н., проф.



_____/Королев В.И.

1. Общая характеристика

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Международный бизнес», «Международный маркетинг», «Логистика во внешнеэкономической деятельности» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент. Магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент предназначена для выпускников российских и зарубежных вузов, имеющих высшее образование. Для поступления в магистратуру опыт профессиональной и/или управленческой деятельности не требуется. Прием в магистратуру осуществляется на конкурсной основе. Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (далее – Программа) регламентирует цель, содержание и порядок проведения вступительного испытания.

Цель вступительного испытания – выявить готовность поступающего для обучения по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Международный бизнес», «Международный маркетинг», «Логистика во внешнеэкономической деятельности».

2. Формат вступительного испытания

Вступительное испытание в магистратуру проводится очно во Всероссийской академии внешней торговли с применением дистанционных образовательных технологий в виде междисциплинарного теста. Вступительный междисциплинарный тест состоит из пяти блоков:

Блок 1. Основы менеджмента и стратегический менеджмент: вопросы № 1-7, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный

Блок 2. Маркетинг: вопросы № 8 - 12, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный.

Блок 3. Экономическая теория: вопросы № 13 - 17, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный.

Блок 4. Мировая экономика: вопросы № 18 - 21, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный.

Блок 5. Финансы и международные финансы: вопросы № 22, 23, 25, на которые нужно написать правильный ответ.

На выполнение вступительного испытания в магистратуру отводится 1 час 10 минут.

3. Критерии оценки вступительного испытания в магистратуру

Блок 1. Основы менеджмента и стратегический менеджмент: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов.

Максимальная оценка по блоку- 20 баллов.

Блок 2. Маркетинг: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Блок 3. Экономическая теория: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный – 0 баллов.

Задачи, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный ответ оценивается в 3 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа - 0 баллов.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Блок 4. Мировая экономика: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный выбор оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов.

Максимальная оценка по блоку- 20 баллов.

Блок 5. Финансы и международные финансы: вопросы, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный ответ оценивается в 2 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа – 0 баллов.

Задачи, в которых из предложенных вариантов ответа нужно выбрать правильный: правильный ответ оценивается в 3 балла, неправильный ответ или отсутствие ответа - 0 баллов.

Максимальная оценка по блоку – 20 баллов.

Итоговая оценка определяется по 100-бальной шкале как сумма баллов, набранных за все задания.

4. Содержание вступительного испытания в магистратуру

Основные темы и вопросы, которые нужно освоить абитуриентам при подготовке к вступительному испытанию в магистратуру, сгруппированы по блокам и представлены ниже. В конце каждого блока приведены актуальные источники литературы.

Основы менеджмента

1. Содержание менеджмента и его значение

Управление и менеджмент. Предпосылки и условия возникновения менеджмента, этапы его эволюции. Особенности менеджмента в современной России. Актуальные проблемы менеджмента. Тенденции развития менеджмента. Школы менеджмента. Функции менеджмента. Модели мотивации. Факторы внешней и внутренней среды компании.

2. Система планов фирмы.

Алгоритм планирования. Стратегическое и оперативное. Структурное планирование, программное планирование, процессное планирование. Бизнес-планирование.

3. Типы организационных структур управления.

Линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная структуры. Условия их применения, особенности, недостатки и преимущества. Матричные и дивизиональные структуры управления.

Стратегический менеджмент

4. Стратегический менеджмент: содержание, факторы развития.

Концепция стратегического менеджмента. Определение стратегического управления. Преимущества стратегического подхода к управлению. Сущность стратегии и ее место в организации работы фирмы.

5. Основные этапы разработки стратегии фирмы.

Процесс разработки стратегии. Миссия организации. Постановка целей и задач. Виды целей и их взаимосвязь. Особенности задач. Анализ среды организации. Методы анализа среды организации. Определение основных элементов среды. Выявление наиболее значимых элементов. Основные корпоративные стратегии. Формулировка стратегии организации.

6. Конкурентная стратегия как форма развития внешнеэкономической организации.

Конкурентные преимущества компании. Конкурентная среда компании. Основные конкурентные стратегии и их особенности. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Стратегии роста компании. Тактика ведения конкурентной борьбы. Особенности и проблемы конкуренции на внешнем рынке

7. Стратегия осуществления деятельности фирмы на внешнем рынке

Внешний рынок и его место в развитии фирмы. Организация выхода фирмы на внешний рынок. Товарные стратегии на внешнем рынке. Особенности использования конкурентных стратегий на внешнем рынке. Пути совершенствования работы фирмы на внешнем рынке

Литература

1. Королев В.И. Общий и стратегический менеджмент. – М.: ВАВТ. 2020
2. Основы менеджмента. Под ред Королева В.И. – М.: Магистр – Инфра-М. 2019 (Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/757804>)
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2018 (Режим доступа: <https://gigabaza.ru>)

Маркетинг

8. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.

Спрос как форма проявления потребностей. Оценка ёмкости рынка. Основные функции маркетинга: аналитическая, товарно-производственная, сбытовая, коммуникационная, организационная. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, демаркетинг. Концепции маркетинга. Социальная ответственность маркетинга.

9. Организация маркетинговых исследований и их классификация.

Виды и направления маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований и их особенности. Методы маркетинговых исследований. Сущность и виды маркетинговой информации. Этапы процесса маркетинговых исследований.

10. Сегментирование и выбор целевых рынков.

Понятие о сегментировании рынка и его принципах. Уровни сегментирования рынка. Этапы процесса сегментирования.

Понятие о целевом рынке. Оценка сегментов рынка. Маркетинговые стратегии для отдельных сегментов рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.

Признаки сегментирования. Критерии оценки сегмента. Особенности сегментирования внешних рынков. Методы сегментации.

11. Комплекс маркетинга

Понятие товарной политики. Жизненный цикл товара. Цели и задачи маркетинговой деятельности с учетом ЖЦТ. Сущность ценовой политики. Понятие каналов распределения. Критерии выбора каналов распределения. Интегрированные маркетинговые коммуникации: ATL и BTL. Особенности маркетинга услуги.

12. Планирование маркетинга

Планирование маркетинга как одна из функций управления маркетингом. Этапы планирования маркетинга: сводка основных целей и рекомендаций, изучение текущей маркетинговой ситуации, перечень опасностей и возможностей, формулировка задач и проблем, стратегии маркетинга, программы действий, бюджеты, порядок контроля.

Разработка плана маркетинга на основе маркетинговых исследований при выходе на внешние рынки.

Литература:

1. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 238 с. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818638>.
2. Резник, Г. А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. — ISBN 978-5-16-016830-2. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1903657>.
3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 292 с. — ISBN 978-5-394-05145-6. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083017>.

Экономическая теория

13. Особенности совершенной конкуренции, монополии и монополистической конкуренции.

Понятие рыночной структуры. Совершенная конкуренция и ее признаки. Спрос на продукцию конкурентной фирмы. Цели фирмы. Определение оптимального объема выпуска фирмы в условиях совершенной конкуренции. Решение конкурентной фирмы о закрытии производства в краткосрочном периоде. Решение фирмы о выходе на рынок в долгосрочном периоде. Монополия и монополия власть. Спрос на продукцию монополии и предельный доход монополиста. Максимизация прибыли монополистом. Экономические последствия монополии. Антимонопольное законодательство. Причины существования естественных монополий. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Основные черты олигополии.

14. Национальное производство и его измерение.

Основные макроэкономические показатели. Валовой внутренний продукт и три способа его измерения. «Утечки» и «инъекции» в макроэкономическом кругообороте. Номинальный и реальный ВВП. Дефлятор ВВП. Валовой национальный доход, валовой национальный располагаемый доход. Динамика основных макроэкономических показателей.

15. Денежно-кредитная (монетарная) политика: понятие и инструменты

Денежные агрегаты и их особенности в России. Двухуровневая банковская система. Задачи и функции Центрального банка. Основные инструменты монетарной политики. Роль Центрального банка в проведении денежно-кредитной политики.

16. Бюджетно-налоговая (фискальная) политика макроэкономического регулирования

Государственный бюджет: сущность, структура, экономическая роль. Формирование доходной и расходной частей государственного бюджета. Способы финансирования бюджетного дефицита. Виды бюджетно-налоговой политики: стимулирующая и сдерживающая. Дискреционная и недискреционная фискальная политика.

17. Нестабильность экономики: инфляция и безработица

Понятие инфляции. Открытая и скрытая инфляция. Причины и виды инфляции (инфляция спроса, инфляция предложения, инфляция ожиданий). Экономические последствия инфляции. Инфляция и монетарная политика. Безработица и ее виды. Закон Оукена. Взаимосвязь безработицы и инфляции. Антиинфляционная политика и ее особенности.

Литература

1. Бланшар О. Макроэкономика /Перевод с англ.: ГУ ВШЭ, 2010
2. Маховикова Г. А. Микроэкономика. Продвинутый курс: учебник и практикум / Г. А. Маховикова, С. В. Переверзева. — Москва: Издательство Юрайт, 2016. — 322 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-3590-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/391262>
3. Мэнкью Н. Грегори Принципы экономики. пер. с англ.-СПб.: Питер, 2014.
4. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика. – СПб.: Питер, 2012
5. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика. 19 –изд. - М., изд-во Вильямс, 2014.
6. Уильямсон, С. Макроэкономика / С.Д. Уильямсон; пер. с англ. под науч. ред. К. Сосунова. — Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 960 с. — (Академический учебник). - ISBN 978-5-7749-1279-7. - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1043188>

Мировая экономика

18. Основные тенденции развития современного мирового хозяйства, их сущность и проявление.

Тенденции и тренды развития мирового хозяйства. Понятие глобализации. Становление и развитие концепции глобализации как универсальной взаимозависимости экономик всех стран мира. Глобализация как объективная тенденция развития мировой экономики. Глобализация как усиление взаимосвязи субъектов мирового хозяйства. Положительные и отрицательные последствия глобализации.

Регионализация как реакция на центристремительные процессы в мировом хозяйстве. Наиболее развитые региональные экономические группировки. ЕС, USMCA, АТЭС, АСЕАН, МЕРКОСУР, ЕАЭС как наиболее представительные мировые региональные образования.

Транснационализация как преобладающая форма ведения бизнеса в современном мировом хозяйстве.

Постиндустриализация и изменение структуры мирового и национальных ВВП. Формирование информационной экономики и экономики знаний. Четвертая промышленная революция.

19. Мультинациональные компании и их деятельность в современной глобальной экономике.

Понятие МНК и причины их возникновения. Масштабы деятельности МНК. Основные стратегии МНК в современных условиях. Слияния и поглощения МНК в условиях финансового кризиса. МНК в России: тенденции и проблемы развития.

Мировой финансовый кризис и необходимость усиления наднационального регулирования деятельности МНК.

20. Особенности развития экономик развитых стран.

Место и роль развитых стран в мировом хозяйстве, мировом экспорте и импорте товаров и услуг. Главные системообразующие признаки развитых стран мира. Место и роль государства в экономике развитых стран. Экономика наиболее развитых в экономическом отношении стран мира: проблемы и противоречия. Развитые страны как экспортеры и импортеры капитала. Современное состояние экономик развитых стран.

21. Особенности развития экономик развивающихся стран.

Главные системообразующие признаки развивающихся стран. Место и роль развивающихся стран в мировом промышленном производстве, экспорте и импорте товаров и услуг, капитала. Подсистемы развивающихся стран. Новые индустриальные страны. Страны - экспортеры капитала в группе развивающихся стран. БРИКС: Бразилия, Россия, Индия, ЮАР, Китай в системе развивающихся стран. Наименее развитые страны мира.

Литература:

1. Международные экономические отношения в глобальной экономике : учебник для вузов / И. Н. Платонова [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Платоновой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 528 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10040-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517360> Хасбулатов Р.И. Международные корпорации в мировой экономике. Учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2020 [Электронный ресурс] URL: <https://urait.ru/viewer/mezhdunarodnye-korporacii-v-mirovoy-ekonomike-398107>

2. Мировая экономика и международные экономические отношения. Полный курс : учебник / А. С. Булатов, А. В. Кузнецов, Н. М. Мамедова [и др.] ; под ред. А. С. Булатова. — Москва : КноРус, 2022. — 677 с. — ISBN 978-5-406-09652-9. — URL: <https://book.ru/book/943240> Журнал “Вопросы экономики”. URL: <https://lk.vavt.ru/docs/shared/path/Виртуальный%20читальный%20зал/>

3. Журнал “Мировая экономика и международные отношения” (МЭиМО). URL: <https://www.imemo.ru/>

4. Журнал «Российский внешнеэкономический вестник». URL: <http://www.rfej.ru/rvv>

5. Журнал «Современная Европа» URL: <http://sov-europe.ru>

Финансы и международные финансы

22. Финансовая отчетность как информационная база проведения анализа и оценки финансового состояния компании.

Цель и задачи анализа финансового состояния компании как основы для принятия управленческих решений. Характеристика основных документов финансовой (бухгалтерской) отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств. Принципы формирования аналитического баланса.

23. Методы финансового анализа деятельности компании.

Вертикальный, горизонтальный и трендовый анализ. Использование финансовых коэффициентов в анализе. Анализ ликвидности и платежеспособности, управления средствами, прибыльности и рентабельности, рыночной активности.

24. Экономическая сущность и виды расходов юридических лиц.

Понятие расходов, классификация расходов для включения в себестоимость, планирования и принятия управленческих решений, контроля и регулирования. Элементы и статьи затрат, прямые и косвенные расходы, постоянные и переменные, Предельные, приростные, маржинальные. Показатели безубыточности деятельности компании. Анализ издержек фирмы. Точка безубыточности.

25. Организация международных расчетов России с зарубежными странами.

Правовая основа расчетно-платежных отношений между Россией и зарубежными странами. Особенности организации расчетно-платежных отношений РФ с отдельными группами стран: со странами дальнего зарубежья, со странами ближнего зарубежья. Виды валют, применяемых в расчетно-кредитных отношениях Российской Федерации. Торговые и неторговые расчеты, применяемые в Российской Федерации.

Техника осуществления платежей в расчетно-кредитных отношениях российских участников ВЭД с зарубежными странами. Требования к оформлению условий расчетов во внешнеторговых контрактах.

Клиринг как особый способ безналичных международных расчетов.

Литература:

1. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: учебник для вузов / Л. Н. Красавина [и др.]; ответственный редактор Л. Н. Красавина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 534 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449942>.

2. Международные валютно-кредитные отношения: учебник и практикум / Е. А. Звонова [и др.]; под общей редакцией Е. А. Звоновой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 687 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3109-9. — Режим доступа: urait.ru/book/mezhdunarodnye-valyutno-kreditnye-otnosheniya-426180.

3. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г. Б. Поляк [и др.]; ответственный редактор Г. Б. Поляк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 456 с. — (Авторский учебник). — Режим доступа: urait.ru/book/finansovyy-menedzhment-444149.

4. Лимитовский М. А. Корпоративный финансовый менеджмент : учебно-практическое пособие. Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 990 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-3708-4. — Режим доступа : urait.ru/book/korporativnyy-finansovyy-menedzhment-425325.

5. Воронова Е.Ю. Управленческий учет: учебник для академического бакалавриата, М.: Юрайт, 2018. Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ: biblio-online.ru. Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/upravlencheskiy-uchet-449767#page/1>.

5.Пример заданий вступительного испытания: междисциплинарный тест

Основы менеджмента и стратегический менеджмент

1.Менеджмент – это:

А. Способ подбора персонала

Б. Организация работы предприятия

В. Форма управления предприятием и его персоналом

Г. Теория развития управления предприятием

2. Когда возник менеджмент?

А. В 16 веке

Б. В конце 18 – начале 19 века

В. В конце 19 – начале 20 века

Г. В середине 20 века

3. Назвать два основных отличия лидерства от власти

А. Цели лидера и группы совпадают

Б. Лидера избирают

В. Лидера назначают

Г. За лидером идут по убеждениям

Д. Лидер может менять официальные цели

4. Как называется способ стратегического анализа рынка, в ходе которого факторы внешней и внутренней среды структурируются по функциональному признаку (экономические, политические и т.п.)?

А. SW-анализ

Б. SWOT-анализ

В. PEST-анализ

Г. SNW-анализ

Маркетинг

5. Наиболее важными критериями для сегментации потребителей товаров производственного назначения являются:

А. величина фирмы-покупателя; уровень развития технологии производства; платежеспособность; деловая репутация; личностные характеристики руководителя;

Б. географический; личность руководителя;

В. требования к качеству выпускаемых изделий;

6. Методика изучения конкурентов заключается:

А. в их выявлении и классификации; анализе показателей деятельности; выявлении сильных и слабых сторон деятельности;

Б. только в составлении картотеки;

В. в прогнозировании их деятельности

Экономическая теория

7. Валовой национальный доход представляет собой:

- А. Разницу между первичными доходами, полученными резидентами за границей, и первичными доходами, полученными иностранцами в нашей стране;
- Б. Валовой внутренний продукт плюс сальдо текущих трансфертов;
- В. Валовой внутренний продукт плюс сальдо первичных доходов;
- Г. Валовой внутренний продукт минус потребление основного капитала;

8. Функция инвестиционного спроса фирм задана уравнением: $I=1000-2000r$, где r – реальная процентная ставка. Рассчитайте величину инвестиций, если номинальная процентная ставка равна 7 %, а годовой темп инфляции составляет 4 %.

- А. 940;
- Б. 960;
- В. 920;
- Г. 860;

9. Если фирма, действующая на совершенно - конкурентном рынке, сократит свой выпуск, то это:

- А. Приведет к снижению рыночной цены продукта;
- Б. Приведет к повышению рыночной цены продукта;
- В. Не окажет никакого влияния на рыночную цену продукта;
- Г. Приведет к снижению прибылей конкурирующих фирм.

10. Дано: $AVC=5$, $AFC=3$, $q=300$. Тогда суммарные затраты (ТС) составят:

- А. 1800; Решение:
- Б. 2000;
- В. 2200;
- Г. 2400;

Мировая экономика

11. Постиндустриализация как этап развития мировой экономики характеризуется:

- А. Увеличением доли услуг в ВВП;
- Б. Ростом доли сельского хозяйства;
- В. Снижением значения образования и науки.

12. К странам «Большой семерки» относятся:

- А. США, Франция, Канада;

- Б. Китай, Россия, Германия;
- В. Япония, Италия, Норвегия.

Финансы и международные финансы

13. Показатель ликвидности означает:

- А. Погашение текущей задолженности за счет имеющихся текущих активов;
- Б. Превращение материальных или иных ценностей в денежные средства для покрытия текущих финансовых обязательств;
- В. Прибыльность и рентабельность компании.

14. Валютная оговорка – это:

- А. Это условие в договоре, по которому при расчетах учитывают одну или несколько иностранных валют
- Б. Это условие в договоре, по которому при расчетах учитывают только одну иностранную валюту
- В. Это форма международных расчетов

15. Совокупные постоянные затраты организации - 4900 руб., объем производства— 700 ед. изделий. При объеме производства в 1000 ед. изделий постоянные затраты составят:
