

**УТВЕРЖДАЮ**

Проектор по научно-образовательной деятельности

 И.А. Круглова

«27»

2019 г.



**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В АСПИРАНТУРУ  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.06.01 «Экономика»**

Санкт-Петербург  
2019

Программа вступительных экзаменов в аспирантуру МБИ по направлению 38.06.01 «ЭКОНОМИКА» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.06.01 Экономика (уровень подготовки кадров высшей квалификации), утвержденным приказом Минобрнауки России от 30.07.2014 N 898.

В Программу вступительных экзаменов в аспирантуру АНО ВО «Международный банковский институт» по направлению 38.06.01 «Экономика» включены следующие разделы:

*Раздел 1 «Экономика»*

- микроэкономика,
- макроэкономика,
- экономика предприятия.

*Раздел 2 «Менеджмент и управление персоналом»*

- основы менеджмента,
- стратегический менеджмент,
- управление персоналом.

*Раздел 3 «Маркетинг»*

- основы маркетинга,
- маркетинговые исследования,
- управление маркетингом.

### **Рекомендуемая структура экзамена**

1. Устный ответ на два вопроса из списка экзаменационных вопросов.
2. Беседа с экзаменатором по вопросам, связанным со специальностью и будущим научным исследованием поступающего в аспирантуру.

## **РАЗДЕЛ 1. ЭКОНОМИКА**

### *1.1 Микроэкономика.*

Модель поведения потребителя. Оптимальный потребительский выбор. Функция индивидуального спроса. Кривые «доход-потребление» и «цена-потребление»: построение, характеристики, классификация товаров. Коэффициенты эластичности спроса по цене: определение, содержание, вычисление значения перекрестного коэффициента эластичности. Производственная функция: определение, неоклассические постулаты. Взаимозаменяемость факторов производства. Простейшая модель фирмы: задача максимизации выпуска продукции при фиксированных ценах на факторы и наличии бюджетного ограничения. Функция издержек: определение и свойства. Виды издержек. Минимальный уровень средних издержек. Функция прибыли: определение. Понятие экономической и бухгалтерской прибыли. Задача максимизации прибыли фирмы. Совершенная конкуренция на рынке отдельного товара. Предпосылки поведения фирм-производителей и потребителей. Несовершенная конкуренция на рынке продуктов: монополия. Несовершенная конкуренция на рынке продуктов: монополистическая конкуренция, олигополия. Рынки фак-

торов производства. Спрос и предложение факторов производства. Эффективность по Парето. Несовершенство рынка и роль государства.

### *1.2. Макроэкономика*

Особенности макроэкономического анализа. Показатели развития макроэкономики в системе национальных счетов: валовой национальный продукт и валовой внутренний продукт, национальный доход и его перераспределение. Циклическая нестабильность общественного воспроизводства. Кейнсианская теория антикризисной политики, ее положительные и отрицательные эффекты.

Содержание, показатели и измерение валового внутреннего продукта. Характеристика совокупного спроса и совокупного предложения. Условия макроэкономического равновесия. Объем и структура денежной массы. Спрос на деньги и предложение денег. Закон денежного обращения. Монетарное равновесие.

Основные инструменты внешнеэкономической политики. Общая характеристика макроэкономического развития России на современном этапе.

Государственное регулирование экономики. Социально-экономическая сущность налогов. Виды налогов. Кривая Лаффера. Финансовая и денежно-кредитная политика регулирования экономики в монетаристской теории. Федеральная банковская система. Финансовый мультипликатор. Функции Центрального банка и коммерческих банков в регулировании денежной массы. Формы социально-экономической нестабильности рыночной экономики и ее преодоление. Безработица, инфляция, дифференциация населения по доходам.

Формирование мирового хозяйства и его структура. Объективные основы формирования мирового хозяйства. Интеграционные процессы мирового хозяйства и их противоречия. Глобализация и ее социально-экономические последствия.

### *1.3. Экономика предприятия*

Предприятие. Организационно-правовые формы предпринимательства: общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, унитарные предприятия, полное товарищество, товарищество на вере. Коммерческие и некоммерческие организации. Значение развития малого и среднего бизнеса в экономике.

Основные средства и основные фонды предприятия: понятие, состав, структура. Износ основных фондов: физический и моральный. Виды оценки основных фондов: по первоначальной, балансовой, восстановительной, ликвидационной стоимости. Методы определения износа основных фондов. Амортизация основных фондов: амортизационные отчисления, методы и норма амортизации. Показатели эффективности использования основных фондов: фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность.

Оборотные средства и оборотные фонды предприятия: понятие, состав, структура. Источники формирования оборотных средств: собственные и заемные. Определение потребности в оборотных средствах. Показатели использования оборотных средств: коэффициент оборачиваемости оборотных средств, длительность одного оборота в днях.

Кадры или трудовые ресурсы предприятия. Планирование численности персонала. Эффективность использования трудовых ресурсов – производительность труда, выработка. Методы исчисления показателей производительности труда: нату-

ральный, стоимостной.

Затраты, доходы, издержки: понятия и их соотношения. Классификация затрат. Цена, стоимость и себестоимость: понятия и соотношение. Сущность и виды себестоимости, Методы калькулирования себестоимости продукции.

Методы ценообразования: нормативный, затратный и другие.

Выручка, доход, маржинальный доход, прибыль. Эффект и эффективность. Критерии эффективности деятельности предприятия. Рентабельность, виды и показатели рентабельности. Точка безубыточности. Запас финансовой прочности. Операционный рычаг (производственный левверидж).

Финансовое состояние предприятия. Источники формирования финансовых ресурсов предприятий (организаций). Ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость предприятия. Оценка, анализ и управление финансовым состоянием предприятия. Собственные и заемные средства предприятия: понятие, структура. Финансовый рычаг.

Планирование и бюджетирование на предприятии. Виды бюджетов. Генеральный бюджет. Бизнес-план.

## **РАЗДЕЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ**

### *2.1. Основы менеджмента*

Основные школы управленческой мысли в XX веке. Особенности современного российского менеджмента. Использование зарубежного опыта менеджмента: японского, американского, немецкого и пр. Изучение отечественного опыта совершенствования управления. Системный и ситуационный подходы в исследованиях менеджмента. Исследования как составная часть менеджмента организации. Исследования систем управления.

Содержание и классификация функций управления.

Процессы менеджмента. Изменения в управлении и управление изменениями. Свойства и характеристики процесса управления. Основные этапы процесса управления. Концепция реинжиниринга бизнес-процессов.

Механизмы менеджмента: средства и методы управления. Типология механизмов управления. Методы управления. Выбор и комбинация методов управления.

Цели и целеполагание в менеджменте.

Производственная и организационная структуры. Типы организационных структур управления и тенденции их развития. Направления развития организационных структур на современном этапе.

### *2.2. Управление персоналом*

Персонал управления: структура и деятельность. Качество персонала управления. Человеческий капитал как результат управления. Экономическая и социальная эффективность проявления человеческого капитала.

Лидерство и стиль менеджмента. Власть, руководство, партнерство в современном менеджменте. Соотношение власти, руководства и партнерства. Тенденции демократизации менеджмента.

Содержательные и процессуальные теории мотивации. Мотивы и потребности. Типы потребностей. Современные концепции мотивации эффективной деятельности. Факторы эффективности мотивации.

Методы разрешения конфликтов в процессах управления.

Концепция организационной культуры фирмы. Концепция корпоративной социальной ответственности.

### *2.3. Стратегический менеджмент*

Стратегический менеджмент: содержание и условия использования. Принципы стратегического управления. Понятие и типы стратегий предприятия. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование: понятие и соотношение. Процесс стратегического управления и его основные этапы. Задачи стратегического менеджмента: проведение стратегического анализа, разработка стратегического видения и миссии; целеполагание; формирование стратегии; реализация стратегии; оценка реализации и внесение корректировок.

Стратегический анализ внешней среды организации. Конкуренция и конкурентоспособность организации в стратегической перспективе. Стратегический анализ внутренней среды организации.

Стратегии и конкурентные преимущества. Типы конкурентных преимуществ (по М. Портеру).

Формирование и анализ стратегических альтернатив. Выбор стратегии и критерии выбора. Факторы, определяющие выбор стратегии организации.

Реализация стратегии. Управление стратегическими изменениями.

Корпоративное управление: теория вопроса и национальные модели.

Знания как активы фирмы: современная концепция управления знаниями.

Концепция комплексного управления качеством. Современные концепции управления технологическими инновациями.

## **РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГ**

### *3.1. Основы маркетинга*

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.

### *3.2. Маркетинговые исследования*

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.

### *3.3. Управление маркетингом*

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.

**Вопросы для вступительного экзамена в аспирантуре по экономике на 2019 – 2020 учебный год:**

1. Фактор редкости и проблема выбора в экономике. Альтернативные издержки и их значение.
2. Микроэкономика и макроэкономика. Позитивная и нормативная экономика.
3. Экономическая эффективность и её показатели.
4. Спрос, объём спроса, функция спроса, закон спроса. Кривая спроса и факторы, вызывающие её смещения.
5. Товары-заменители и дополняющие товары. Дайте определения, приведите примеры и покажите их влияние на смещение кривой спроса.
6. Предложение, объём предложения, функция предложения, закон предложения. Кривая предложения и факторы, вызывающие её смещения.
7. Равновесие в экономике. Равновесная цена и её значение. Дефицит и излишки.
8. Ценовая эластичность спроса. Виды эластичности спроса.
9. Эластичность предложения. Предложение в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периодах.
10. Анализ потребительских предпочтений и законы Госсена.
11. Кривые безразличия и их свойства. Бюджетная линия и бюджетное равенство.
12. Издержки производства и их виды.
13. Издержки производства в краткосрочном периоде и в долгосрочном периодах.
14. Производственная функция и её виды.
15. Совершенная конкуренция и её характеристики как рыночной структуры.
16. Чистая монополия и условия её существования. Негативные и позитивные стороны монополии.
17. Монополистическая конкуренция и её роль в современной экономике.
18. Цены на факторы производства и доходы. Спрос на факторы производства.
19. Предложение факторов производства. Особенности предложения труда.
20. Распределение доходов. Принцип продуктивности и принцип перераспределителя.
21. Макроэкономика и макроэкономическая политика. Необходимость государственного вмешательства в экономику.
22. Фискальная политика и монетарная политика как формы государственного регулирования экономики.
23. Номинальный ВВП и реальный ВВП. Индекс потребительских цен и дефлятор ВВП.
24. Валовой Внутренний Продукт (ВВП), Валовой Национальный Продукт (ВНП), Чистый Национальный Продукт (ЧНП). Дайте определения и охарактеризуйте взаимосвязь между ними.
25. Национальный доход (НД) и личный располагаемый доход.

26. Безработица и её измерение. Виды безработицы.
27. Инфляция, её измерение, виды и последствия.
28. Деловой цикл и его фазы. Влияние фаз делового цикла на основные макроэкономические переменные.
29. Экономический рост: понятие, условия, значение для экономики.
30. Совокупное предложение и факторы, влияющие на него в краткосрочном и долгосрочном периодах.
31. Совокупный спрос и его составляющие. Кривая совокупного спроса.
32. Экономика предложения и её значение для макроэкономической политики.
33. Факторы, определяющие решения домашних хозяйств о сбережениях.
34. Предельная склонность к потреблению и предельная склонность к сбережению.
35. Мультипликатор государственных расходов.
36. Сущность, виды и роль денег в экономике. Два вида спроса на деньги: транзакционный и спекулятивный.
37. Предложение денег в экономике. Банковская система.
38. Банковский мультипликатор.
39. Монетарная политика. Инструменты монетарной политики.
40. Центральный банк: «политика дешёвых денег» и «политика дорогих денег».

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература

1. Козырев В.М. Экономическая теория [Электронный ресурс] : учебник / В.М. Козырев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российская международная академия туризма, Логос, 2015. — 352 с. — 978-5-98704-817-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51867.html>

### Дополнительная литература

1. Анофриков С.П. Экономическая теория. Макроэкономика. Микроэкономика [Электронный ресурс] : практикум / С.П. Анофриков, Т.А. Кулешова, М.В. Облаухова. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2014. — 33 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55507.html>

2. Харитонова А.В. Методологические основы функционирования организационно-экономического механизма адаптации предприятий промышленных производств в условиях глобальной конкуренции [Электронный ресурс] : монография / А.В. Харитонова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2014. — 96 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39687.html>