

Министерство образования и науки Кыргызской Республики

Учреждение «Международный университет Кыргызской Республики»



«Утверждаю»

Ректор Учреждения МУКР

д.э.н., проф. Адиева А.А.

2019г.

**Программа
Выпускного комплексного
(междисциплинарного) государственного
экзамена для студентов направления
580700 «Управление бизнесом», профиль
«Международный бизнес»
(бакалавриат)**

Составители:

д.э.н, проф, Абдыров Т.Ш.,

к.э.н. доц. Халилова М.В.,

Тулеев Р. Дж.

Обсуждено на заседании кафедры «Экономика
и управление»

Протокол № 6 от «6» 02 2018 г.

Бишкек 2018

Программа выпускного комплексного (междисциплинарного) экзамена предназначена для самостоятельной подготовки выпускников к данному итоговому испытанию

Программа состоит из трех частей: 1) вопросы экономического блока изученных дисциплин; 2) вопросы блока общепрофессиональных и специальных дисциплин; 3) вопросы блока дисциплин специализации.

К каждому вопросу прилагается программа ответа. Общий примерный перечень рекомендуемой литературы указан в конце программы.

Разработана на основании:

1. ГОС ВПО и ООП ВПО по направлению 580700 «Управление бизнесом»;
2. Положения государственной аттестации;
3. Рабочих учебных планов;
4. Основных образовательных программ дисциплин, вынесенных на государственную аттестацию

Программа Комплексного Государственного экзамена по направлению 580700 «Управление бизнесом» включает три раздела:

1 раздел - вопросы экономического блока изученных дисциплин;

2 раздел - вопросы общепрофессиональных и специальных дисциплин ГОС ВПО по направлению «Менеджмент»

3 раздел - вопросы по дисциплинам специализации.

В соответствии со структурой Программы Комплексного Государственного экзамена по направлению 580700 «Управление бизнесом» экзаменационный билет содержит три вопроса.

1 раздел: Экономический блок изученных дисциплин

Программа данного экзамена предполагает усвоение в полном объеме выпускниками таких курсов как «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Экономика предприятия».

При ответе будут учитываться теоретические знания, а также наличие навыков самостоятельного анализа, применения теоретических знаний к анализу конкретных ситуаций, общий кругозор студента, и его знание современных социально-экономических проблем Кыргызской Республики.

К каждому вопросу прилагается программа ответа. Общий примерный перечень рекомендуемой литературы указан в конце программы.

Вопросы и содержание программы

1. Предмет и метод микроэкономики.

Предмет и метод изучения курса. Структура и логическая последовательность изложения материала. Место и значение микроэкономики в системе экономических наук. Предмет микроэкономики. Экономическое поведение. Задачи микроэкономики. Особенности методологии микроэкономики. Методы микроэкономики. Предельный (маржинальный) анализ. Функциональный анализ. Моделирование. Виды моделей. Ограниченность моделей. Системный метод. Экономический эксперимент. Позитивный и нормативный анализ.

2. Материальные потребности и экономические ресурсы.

Понятие и виды экономических потребностей; законы, управляющие возникновением и развитием экономических потребностей; безграничность потребностей. Экономические и неэкономические блага. Понятие и виды экономических ресурсов и факторов производства; факторные доходы; ограниченность экономических ресурсов.

3. Типы и модели экономических систем.

Экономическая система и ее основные элементы. Отношения собственности и экономические системы. Типы экономических систем: традиционная экономика, рыночная экономика, командная экономика, смешанная экономика. Национальные модели рыночной экономики: американская, польская, шведская, японская, французская. Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом и типы экономических систем.

4. Основы анализа спроса и Предложения.

Потребности и платежеспособный спрос. Определение спроса. Величина спроса. Закон спроса и его парадоксы. Функция спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Кривая спроса. Факторы смещения кривой спроса: изменения потребительских вкусов,

автономные изменения числа потребителей, уровень дохода, цены на другие товары (взаимозаменяющие товары, взаимодополняющие товары, независимые товары), потребительские ожидания изменений цен и доходов. График смещения кривой спроса. Определение предложения. Величина предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы смещения кривой предложения: цены на ресурсы, технологии, налоги и дотации, цены на другие товары, ожидания производителей, автономные изменения численности продавцов.

5. Эластичность спроса и предложения.

Прямая эластичность по цене. Свойства эластичности. Перекрестная эластичность спроса по цене. Точечная эластичность спроса по доходу. Дуговая эластичность спроса по доходу. Некачественные товары. Нормальные или стандартные товары. Закон Энгеля. Эластичность предложения: понятие, виды, факторы и способы измерения, графическое изображение; значение теории эластичности спроса и предложения.

6. Фирма как основной субъект рыночной экономики.

Предпринимательство, его сущность, понятие. Признаки и виды предпринимательства: коммерческое, финансовое, страховое, посредническое. Фирма – самостоятельный хозяйствующий субъект, ее признаки и функции.

Виды и формы предприятий. Государственные, частные, муниципальные, совместные. Размеры предприятий: крупные, средние и малые. Оптимальные размеры предприятий. Место и роль малых предприятий в экономике. Организационно-правовые формы предприятий: единоличное предприятие, хозяйственные товарищества. Полное товарищество, командитное товарищество, общество с ограниченной ответственностью (ООО), акционерное общество открытого и закрытого типа. Основные показатели работы фирмы: рентабельность продаж. Рентабельность основного капитала, оборачиваемость активов.

7. Производство и технологии .

Технология и производственная функция. Изокванта. Карта изоквант. Производственная функция. Допущения при анализе. Производственная функция в виде таблиц. Производственная функция в виде формул: Кобба-Дугласа. Производственная функция в виде графика. Изокванты. Предельная норма технического замещения: понятие, формула, график. Технически эффективная область карты изоквант. Эластичность замены факторов: формула, интервалы значений. Изокоста: понятие, функция. Оптимальный объем производства графически и аналитически.

8. Теория издержек фирмы

Периоды в производстве. Общий (совокупный), средний и предельный продукты: обозначения, формулы, графики (критические точки и стадии).

Производство в долгосрочном периоде. Отдача от масштаба: возрастающая, постоянная, убывающая. Величина среднего продукта. Производственный оптимум. Технологическая эффективность. Типы эффекта масштаба графически и аналитически. Равновесие производителя. Правило наименьших издержек. Изокоста. Изоклинал.

9. Конкуренция, ее сущность и роль. Антимонопольная политика.

Конкуренция, ее сущность и роль в экономике. Функции конкуренции в экономике. Естественная монополия. Барьеры, препятствующие входу на рынок. Исключительные права, собственность на не воспроизводимые и редкие ресурсы, авторские права и патенты, эффекты масштаба.

Методы конкурентной борьбы. Ценовая и неценовая конкуренция. Монополия: экономическая природа, причины возникновения и формы. Монополия: «за» и «против». Антимонопольное законодательство и антимонопольная политика: содержание и особенности антимонопольного законодательства в разных странах, содержание и направления антимонопольной политики государства.

10. Совершенная конкуренция

Классификация рыночных структур по основным критериям. Индекс Лернера и индекс Херфиндаля-Хиршмана. Понятие, черты, поведение на рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах, эффективность; правило эффективного использования ресурсов; график, иллюстрирующий выбор совершенного конкурента. Рынок совершенной конкуренции: основные признаки и преимущества.

11. Монополия.

Чистая монополия. Монополия. Показатели монопольной власти. Монополия. Характеристика монополии с точки зрения типа отраслевого рынка, исключительного права, организационной структуры. Монополистическая деятельность. Монополия и максимизация прибыли. Условие оптимума для монополии. Цены и выпуск, максимизирующие прибыль. Условие максимизации прибыли графически. Наклон MR вдвое меньше наклона D . Монополия и потери общества. Ценовая дискриминация. Условия осуществления ценовой дискриминации.

12. Монополистическая конкуренция.

Монополистическая конкуренция: понятие, черты, определение цены и объема производства, эффективность. Неценовые факторы спроса в условиях монополистической конкуренции. Условия максимизации прибыли: $MC=MR$. Графическое изображение монополистической конкуренции.

13. Олигополия.

Понятие, черты, особенности олигополистического поведения на рынке; определение цены и объема производства на рынке олигополии; модели определения цены и объема производства; графическое изображение выбора олигополиста. Олигополия, олигополия. Условия формирования олигополии. Модели конкурентной борьбы на рынке олигополии. Модель Курно. Равновесие в модели Курно. Дилемма заключенного. Лидер. Сочетания стратегий и варианты моделей. Ломанная кривая спроса в модели олигополии. Модель Свизи. Оптимальный выпуск лидера. Ценовая война, равновесная цена при ценовой войне.

14. Рынок труда и заработная плата.

Спрос на труд, предложение труда: рыночное и индивидуальное. Заработная плата. Различные определения заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Различия в заработной плате и их причины. Теоретические подходы разных школ к анализу

рынка труда. Несовершенная конкуренция на рынке труда: влияние профсоюзов и монополистов - нанимателей. Монополия на рынке труда. Цена труда на рынке. Эффект дохода и эффект замещения. Состояние равновесия на рынке труда.

15. Рынок земли.

Земельная рента, Цена земли Земля как фактор производства и объект собственности. Экономическая природа ренты и условия ее возникновения. Рента – цена за пользование землей. Абсолютная рента. Дифференциальная рента. Закон убывающей производительности земли. Сельскохозяйственный спрос на землю. Несельскохозяйственный спрос на землю. Неэластичность предложения земли. Равновесие на рынке земли. Цена земли как дисконтированная стоимость.

Сущность и функции предпринимательства. Экономическая характеристика предпринимательства. Прибыль как факторный доход. Различные определения прибыли. Бухгалтерская и экономическая прибыль. Функциональная роль прибыли.

16. Рынок капитала.

Процент на капитал. Различные определения капитала. Процент – факторный доход на капитал. Формы капитала: основной и оборотный. Амортизация. Доход на капитал (процент) и его экономическая природа. Стоимость денег во времени. Сложный процент и дисконтирование. Производительность капитала. Денежная теория процента Ликвидность денег. Предельная ставка дохода. Спрос на капитал. Кривая спроса. Предложение капитала. Кривая предложения денег. Аннуитет. Номинальная и реальная ставка процента.

17. Национальная экономика и её важнейшие показатели.

Цели, инструменты, предмет макроэкономики. Общественное воспроизводство и движение продукта. Характеристика макроэкономических показателей. Способы измерения ВВП.

18. Макроэкономическое равновесие.

Методологические основы классической теории. Рынок труда в классической модели. Агрегированная производственная функция. Товарный рынок в классической модели.

Классическая модель в целом. эластичность цен и заработной платы. Роль государства в классической модели. Совокупный спрос. Совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие в модели AD-AS. Принципы Кейнсианства. Потребление и сбережения. Инвестиции. Теория мультипликатора-акселератора. Взаимосвязь модели AD—AS и кейнсианской модели совокупных доходов и совокупных расходов.

19. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы, безработица и инфляция.

Экономические циклы. Причины циклического в экономике и антициклическое регулирование. Безработица: типы, измерения, социально-экономические последствия. Инфляция: сущность, измерения, виды и последствия. Причины инфляции. Антиинфляционная политика.

20. Деньги и денежное обращение.

Сущность денег и их история развития. Виды и функции денег. Денежные теории. Денежная система и законы денежного обращения. Денежный рынок. Понятие и цели денежно-кредитной политики. Денежная база. Денежный мультипликатор. Инструменты денежно-кредитной политики. Прямые и косвенные инструменты. регулирование учетной (дисконтной) ставки процента. Изменение нормы обязательных резервов. Операции на открытом рынке ценных бумаг. Передаточный механизм денежно-кредитной политики. Жесткая, мягкая и эластичная денежно-кредитная политика. Политика «дешевых денег». Политика «дорогих денег». Использование модели IS—LM для анализа последствий денежно-кредитной политики в условиях постоянных и гибких цен.

21. Кредитно-банковская система.

История развития банков и виды кредитно-финансовых учреждений. Коммерческие банки и их основные операции. Кредит: сущность, функции и формы. Роль Центрального банка в регулировании денежно-кредитной системы.

22. Финансовая и налоговая системы.

Финансы и финансовая система. Государственный бюджет. Налоговая система. Понятие, цели и инструменты фискальной политики. Стимулирующая и сдерживающая фискальная политика. Дискреционная фискальная политика. Мультипликатор государственных закупок. Мультипликатор трансфертов. Налоговые мультипликаторы. Сбалансированный бюджет. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Бюджет полной занятости. Дефицит бюджета и бюджетный излишек. Недискреционная фискальная политика: «встроенные стабилизаторы».

23. Экономический рост. Деловые циклы и экономический рост.

Показатели и факторы экономического роста. экстенсивный и интенсивный экономический рост. Неокейнсианские теории экономического роста (модели Е. Домара и Р. Харрода). Неоклассические теории экономического роста. Производственная функция Кобба-Дугласа. Модель р. Солоу. «золотое правило» Э. Фелпса. Новые подходы к объяснению экономического роста. Политика экономического роста, ее направления и методы.

24. Государственная экономическая и социальная политика.

Элементы государственного регулирования экономики. Органы управления экономикой. Экономические функции правительства. Уровень и качество жизни. Минимальный потребительский бюджет и бюджет прожиточного минимума. Доходы населения. Номинальные и реальные доходы. факторы, определяющие доходы населения. Проблема неравенства в распределении доходов. Проблема бедности. Количественное определение неравенства. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини.

25. Внешнеэкономические связи и мировая экономика.

Становление мирового хозяйства и его основные формы. Международная торговля. Инструменты торговой политики. Международная валютная система и валютный курс.

2 раздел: Цикл общепрофессиональных дисциплин

1. Менеджмент как тип управления: методология и организация, современные тенденции развития менеджмента в КР.

Сущность и цели управления. Управление как система, процесс и вид деятельности. Менеджмент как особый вид управления: основные черты, направления, организационный механизм.

Многозначность менеджмента: научность, искусство, культура и опыт управления.

Методологические основы менеджмента: системный, процессный, ситуационный, современные методологические подходы.

Концепция развития кыргызского менеджмента: особенности, перспективы и проблемы.

2. Эволюция науки управления и концепций менеджмента

Значение исторического опыта организации систем управления в развитии теории управления.

Эволюция управленческой мысли. Древние организации и становление и развитие управления как науки.

Научные школы управленческой мысли: научного управления, классическая (административная) школа, человеческих отношений и поведенческие науки, количественная школа, современный этап менеджмента.

Концепции менеджмента: «человеческих ресурсов», «гуманизация труда», «качество трудовой жизни». Новая управленческая парадигма.

3. Основы организации как социотехнической системы; анализ ее внутренней и внешней среды. Принципы организационного проектирования предприятий.

Природа организации, ее функции и цели. Типология организаций. Организация как социотехническая система: особенности технологической и социальной подсистем, их взаимосвязь.

Взаимодействие организации со средой. Факторы воздействия внешней среды на организацию. Внутренние переменные организации, их характеристика и взаимосвязь.

Принципы построения структуры организации. Разделение труда, сочетание полномочий и ответственности. Типы организационных структур.

4. Внутрифирменный механизм менеджмента: функции менеджмента, их характеристика и взаимосвязь: планирование, организация, мотивация, контроль.

Методологический подход к содержанию функций управления. Природа и классификация функций, их особенности и взаимосвязь в управленческом цикле.

Стратегия и тактика внутрифирменного планирования. Целеполагание в процессе менеджмента.

Функция организации в механизме менеджмента. Организация процесса и организационное проектирование.

Мотивация и стимулирование деятельности в менеджменте. Сочетание централизации и децентрализации в управлении.

Сущность и формы внутрифирменного контроля. Характеристика эффективного контроля.

5. Интеграционные (связующие) процессы в менеджменте: принятие решений и коммуникации.

Коммуникации в менеджменте: элементы коммуникационных сетей, виды коммуникаций, современные информационные технологии в управлении. Управленческие решения: сущность, содержание, виды решений. Типовая модель принятия управленческих решений. Характеристика эффективного решения.

6. Лидерство и власть в менеджменте.

Власть и партнерство в управлении, формы власти. Концепция лидерства. Понятие и классификация типов руководства.

Современный стиль руководителя: условия формирования и факторы развития.

Культура и организация управленческого труда (самоменеджмент).

7. Организационная культура в фирме: факторы формирования и развития. Социальная ответственность и этика фирмы.

Роль организационной культуры в системе менеджмента. Факторы формирования и развития культуры организации. Национальное в организационной культуре. Элементы культуры фирмы. Взаимосвязь культуры и стратегии организации. Социальная ответственность и этика современного предприятия.

8. Рабочие группы и групповая динамика. Особенности формирования и управление группой в современной организации.

Общее понятие группы. Типология групп. Характеристика группы: размер, состав, структура, культура (этика) группы, совместимость, групповая мотивация.

Формальные и неформальные группы, их значимость их взаимодействие. Роль лидера в группе.

Этапы развития группы, их характеристика. Особенности формирования и управления группой.

9. Конфликты в организации и стили их разрешения.

Современные подходы к исследованию и работе с конфликтом. Базовые понятия общей теории конфликта, типология конфликтов, структура конфликта и фазы его развития, математические модели конфликтов и принятия оптимальных решений в них, принципы урегулирования конфликта, выбора форм работы в нем и оптимизации их действий по его распределению.

Субъекты конфликтов в организации. Конфликтный тип личности. Классификация стилей поведения в конфликте по системе Томаса-Килменна. Конструктивные стратегии в конфликтах. Конфликтность инновации. Межгрупповые конфликты в организации.

Управление коммуникаций в конфликте. Схема коммуникации. Переговоры как техника обеспечения многообразия. Роль коммуникативных качеств менеджера в управлении конфликтным взаимодействием. Конфликтность инноваций. Межгрупповые конфликты в организации.

Управление коммуникацией в конфликте. Схема коммуникаций. Переговоры как техника обеспечения многообразия. Роль коммуникативных качеств менеджера в управлении конфликтным взаимодействием. Роль переговорного процесса в развитии конфликта. Социальное партнерство и методология преодоления конфликтов.

Современные системы социального партнерства.

10. *Методология и организация разработки и принятия управленческих решений.*

Место решения в процессе управления. Особенности управленческих решений. Классификация решений. Методологические основы разработки управленческого решения.

Организационные аспекты разработки и принятия управленческих решений. Контроль решений и ответственность. Оценка эффективности решений.

11. *Технология разработки и принятия управленческих решений.*

Моделирование процесса принятия решений. Основные стадии процесса разработки, принятия и реализация решений. Методы разработки решений, оптимизация решений.

12. *Управление персоналом в менеджменте современной организации: цели, функции и организационная структура кадровых служб.*

Понятие персонала. Персонал как объект менеджмента. Эволюция взглядов на управление человеческими ресурсами. Современные тенденции управления персоналом в рыночной экономике: зарубежный и отечественный опыт.

Цели и функции управление персоналом. Система методов управления персоналом, их классификация, области применения и взаимосвязь.

Роль кадровой службы в структуре организации. Виды организационных структур управления персоналом.

13. *Планирование и механизм реализации кадровой политики организации.*

Сущность кадрового планирования организации. Роль и место кадрового планирования в стратегии фирмы. Методы прогнозирования и планирование потребностей в персонале. Категории кадрового потенциала. Этапы планирования потребностей в трудовых ресурсах.

Организация процедуры набора и отбора кандидатов на рабочие места. Внутренние и внешние источники набора, их преимущества и недостатки.

Цели, формы, методы и критерии отбора персонала.

Высвобождение работников. Формы работы с кандидатами на увольнение.

14. *Оценка результативности труда работников.*

Сущность и цели деловой оценки (аттестации). Формы и методы оценки персонала, критерии аттестации. Психологические аспекты проведения аттестации работников в организации. Аттестация управленческого персонала.

15. *Внутрифирменное развитие персонала: адаптация, обучение и развитие кадров.*

Значение и виды адаптации. Этапы адаптации, методы и условия успешной адаптации.

Особенности адаптации молодых специалистов.

Обучение, подготовка и повышение квалификации персонала: цели, формы их содержание. Методы развития персонала вне- и внутри фирмы. Концепция непрерывного

профессионального образования.

Планирование карьеры: понятие карьеры, ее стадии и методы планирования.
Ротация кадров.

16 Мотивационный механизм и стимулирование труда персонала.

Сущность мотивации и стимулирование труда. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Практическое использование теорий мотивации. Методы экономического стимулирования труда. Формы и системы заработной платы. Структура современной заработной платы, ее постоянные и переменные составляющие. Участие в прибыли, премии и социальные выплаты как основные элементы заработной платы в условиях рыночной экономики.

17. Организационные формы инновационной деятельности. Инновационные стратегии.

Инновационный процесс: этапы, сущность, содержание. Жизненный цикл инновации. Диффузные процессы в инновационной среде. Трансфер инноваций. Инновационные стратегии. Инновационный потенциал организации: оценка и использование. Организационные инновации. Организационные формы инновационной деятельности.

18. Принципы формирования экономической стратегии фирмы. Понятие стратегии, ее цели и основные компоненты. Мониторинг.

Общие понятия о стратегии. Стратегия фирмы в контексте ее миссии, целей и задач.

Компоненты стратегии. Поле ее применения. Размещение ресурсов. Конкурентное преимущество. Синергия.

Общие рамки стратегического менеджмента. Выбор стратегии. Не реализация. Мониторинг.

19. Инновационное предпринимательство и риски.

Инновационные программы и проекты. Рынок новаций как источник инновационных предложений. Программно-целевые методы управления инновационными процессами. Маркетинг инноваций. Экспертиза инновационных проектов и решений. Финансово-экономические аспекты инновационной деятельности. Инвестиции в инновации. Риск инновационных проектов и методы его снижения.

20. Современное представление о маркетинге. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Эволюция развития маркетинга.

Современное представление о маркетинге как управленческой и финансовой основе предпринимательства. Эволюция развития маркетинга. Направления и возможности применения концепции маркетинга в КР.

Маркетинг в системе предпринимательства. Стратегический маркетинг и операционный маркетинг. Понятие внутренней и внешней среды маркетинга. Микро- и макромаркетинг. Контролируемые и неконтролируемые факторы управления маркетингом.

21. Комплекс маркетинга, разработка целевых рынков и их сегментация. Позиционирование товара.

Основные концепции управления маркетингом. Этапы процесса управления маркетингом: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Виды структур управления маркетингом, их оценка, анализ, выбор.

Цена и ее роль в стратегии маркетинга. Разработка ценовой стратегии в системе маркетинга. Ценовая политика, факторы, влияющие на решения по ценам.

Разработка товара. Жизненный цикл товара. Маркетинговая политика фирмы для различных стадий жизненного цикла товара. Формирование инновационной стратегии фирмы в зависимости от жизненного цикла товара. Формирование инновационной стратегии фирмы в зависимости от жизненного цикла товара. Товарная политика, формирование ассортимента и номенклатуры, управления ими. Товарный портфель предприятия. Разработка целевых рынков. Сегментация рынков. Критерии сегментации, методы. Позиционирование товаров.

22. Разработка товара и жизненный цикл товара.

Разработка нового товара. Этапы разработки товара.

Понятие жизненного цикла товара. Этапы жизненного цикла товара: внедрение, рост, зрелость, спад. Характеристика маркетинговых мероприятий на различных этапах жизненного цикла товаров.

Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы).

Упаковка и маркировка товара. Функции упаковки.

23. Политика и методы ценообразования.

Роль и функции цены. Роль цены на рынке. Факторы маркетингового ценообразования. Производственные факторы ценообразования: издержки, производственные и финансовые возможности. Спрос как фактор ценообразования. Уровень конкурентности рынка как фактор ценообразования. Свойства товара как фактор ценообразования. Тип товара, стадия жизненного цикла, качество. Фиксация цен, административное и экономическое регулирование. Управляемость ценообразования в канале товародвижения. Государственный контроль как фактор уровня цен. Стратегическая цель фирмы как фактор ценообразования.

Ценовые стратегии. Понятие ценовой стратегии. Типы ценовых стратегий. Методы маркетингового ценообразования. Типология методов ценообразования.

Тактические приемы маркетингового ценообразования. Основные тактические приемы в маркетинговом ценообразовании. Основные виды скидок.

24. Маркетинговая коммуникация.

Маркетинговые коммуникации. Цели маркетинговых коммуникаций.

Наиболее распространенные формы коммуникаций: реклама, связи с общественностью, публицити, пропаганда, мероприятия по стимулированию сбыта, прямой маркетинг, личная продажа, реклама на месте продажи, мерчандайзинг. Формы коммуникаций.

25. Сбыт и продвижение как элементы комплекса маркетинга. Управление каналами распределения.

Товародвижение: сущность, элементы, каналы. Выбор способов товародвижения. Методы распространения товаров. Каналы сбыта, товародвижения, их функции. Персональная продажа и управление сбытом. Стимулирование сбыта. Реклама в маркетинге, ее роль в системе комплекса маркетинговых коммуникаций.

Структура системы распределения. Выбор канала распределения. Управление каналами распределения. Вертикальные маркетинговые структуры. Горизонтальные маркетинговые системы. Основные составляющие политики продвижения. Реклама. Стимулирование сбыта. Связь с общественностью (PR).

Объекты стимулирования сбыта: продавцы, торговые посредники, конечные покупатели. Наиболее распространенные методы стимулирования в условиях кыргызской деятельности. Добросовестное и недобросовестное стимулирование.

Раздел 3: Программа данного раздела предлагает усвоение студентами-выпускниками таких курсов как: «Управление бизнесом», «Международный менеджмент», «Международный бизнес», «Стратегия и тактика бизнеса»

При ответе учитываются теоретические знания, наличие навыков самостоятельного анализа, применение теоретических знаний к анализу конкретных ситуаций, общий кругозор студента, и его знание современных социально-экономических проблем.

К каждому вопросу прилагается программа ответа и список обязательной учебной литературы. Однако при подготовке студентами может использоваться и иная учебная литература. Общий примерный перечень дополнительной литературы указан в конце программы.

1. Ключевые понятия управление бизнес-процессами.

Понятие «модель», виды моделей и их назначение. Понятия «процесс», «основные бизнес-процессы», «поддерживающие бизнес-процессы», «бизнес-процессы развития», «процессы управления». Бизнес-процессы в стандартах ISO.

2. Основы моделирования бизнес-процессов в организации.

Структура традиционной и новой организации. Требования к «бизнес-модели» организации. Создание модели организации. Основные подходы к разработке моделей организации.

Моделирование бизнес-процессов. Современные подходы к моделированию бизнес-процессов. Корневая модель бизнес-процессов и её использование. Порядок моделирования «снизу». Детальный инжиниринг и алгоритмизация бизнес-процессов. Поточковые модели бизнес-процессов. Система управления бизнес-процессами.

3. Бизнес-процессы в корпоративной культуре

Компоненты корпоративной архитектуры. Представление корпоративной архитектуры. Типология документов организации. Документы, определяющие корпоративную архитектуру. Порядок регламентации бизнес-процессов. Роль стратегии компании в построении бизнес-процессов.

4. Методы оптимизации бизнес-процессов

Понятия и принципы оптимизации бизнес-процессов, основные изменения в ходе преобразований, роль информационных технологий и инноваций в оптимизации бизнес-процессов. Методология выбора процесса для оптимизации, принципы формирования эффективного видения нового процесса и методология проведения оптимизации. Применение системы менеджмента качества для оптимизации бизнес-процессов.

5. Оценка эффективности бизнес-процессов

Концепция постоянного совершенствования бизнес-процессов, основы управления по процессам – учет затрат по процессам (ABC метод), бюджетирование по процессам (ABB метод) и система сбалансированных показателей. Определение метрик бизнес-процессов и их гармонизация.

6. Бизнес-идея как инновационный замысел

Понятие бизнес-идеи. Источники и методы выработки бизнес-идей. Содержание бизнес-идеи и способы ее представления. Презентация бизнес-идеи.

7. Бизнес-модель как концептуальная основа бизнес-плана. Общие требования к разработке бизнес-плана.

Сущность и значение бизнес-модели. Структура бизнес-модели и критерии ее оценки. Основные этапы разработки бизнес-плана. Общие требования к структуре и содержанию бизнес-плана.

8. Эволюция понятия «ресурсы», существенные характеристики.

Определение. Ресурсы как возможности и источники получения доходов. Ценности и запасы. Полезность ресурса. Взаимозависимость и взаимообусловленность использования ресурсов.

9. Внешнее окружение компании на международных рынках.

Политические, экономические, социокультурные, технологические, демографические и глобальные внешние воздействия. Влияние отраслевой конкурентной среды: власть поставщиков и потребителей, интенсивность соперничества, угроза новых входов в отрасль и замещающих продуктов.

10. Внутренняя среда компании на международных рынках

Создание ценности посредством управления ресурсами, способностей и ключевых компетенций на международных рынках. Устойчивость конкурентного преимущества в международной среде.

Глобальный аутсорсинг. Деятельность бизнес-уровня в глобальной экономической среде. Потребители как основной объект внимания компании при организации международной деятельности. Международные аспекты использования лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования и интеграции.

11. Конкурентная деятельность фирм на международном рынке

Модель конкурентного соперничества на международном рынке. Рыночная общность и схожесть ресурсов фирм. Осознание, мотивация и способность конкурировать в глобальной среде. Вероятность атак и ответных действий.

12. Деятельность корпоративного уровня в глобальной экономической среде

Диверсификация на международном рынке. Связанная и пунктирная диверсификация. Операционная и корпоративная связанность в глобальных компаниях.

13. Предпринимательская активность в международном контексте

Предпринимательская активность и инновации. Способности к предпринимательству на международных рынках. Сотрудничество фирм в практике международного предпринимательства.

14. Интернационализация и вход на глобальные рынки

Выгоды, приобретаемые в результате международной деятельности фирм.

Проблема иностранного происхождения. Выбор способа входа на международные рынки.

15. Сущность стратегии и современные подходы в стратегическом управлении

Базовые понятия стратегического управления, краткий анализ характеристик стратегического планирования, оперативного и стратегического управления.

16. Классификация стратегий бизнеса.

Этапы процесса стратегического управления. Целеполагание и декомпозиция. Задачи стратегического менеджмента. Составные элементы стратегического управления. Виды стратегических целей. Миссия и видение.

17. Бизнес-анализ. Особенности стратегического анализа среды

Методы анализа отрасли, компании и конкурентной ситуации, конкурентных преимуществ.

SWOT-анализ. STEP-анализ. Метод профиль среды. 5 конкурентных сил по Портеру. Разработка стратегических карт.

18. Виды и оценка стратегий и матриц. Управление реализацией стратегией

Общие стратегии по Портеру. Эталонные стратегии развития бизнеса. Матрицы BCG и McKinsey. Процесс выбора стратегии и организационные формы разработки и реализации стратегии. Теория стратегических окон. Ключевые факторы успеха.

19. Формирование продуктовых стратегий. Стратегии развития рынков.

Продукт в стратегическом управлении. Конкурентные преимущества и ключевые компетенции. Глобальная и мультинациональная стратегии. Организационные формы участия в международных рынках.

20. Ресурсное обеспечение и организационные возможности для эффективной реализации стратегии.

Обеспечение обратной связи результатов и стратегии фирмы. Систем сбалансированных показателей. Стратегическая сессия. Стратегический контроль. Совершенствование структуры управления и использование кадрового потенциала компании для реализации стратегии. Бенчмаркинг. Виды и особенности стратегического контроля.

21. Международная компания как объект управления.

Отличия международной компании от других форм бизнеса. Понятия материнской компании, филиала, дочерней компании, ассоциированной компании. Роль международных компаний. Типы международных компаний. Транснациональные и многонациональные компании. Определение национальности ТНК. Расширение возможностей ТНК.

Эволюция перехода национальной компании в статус международной. Этапы развития отношений материнской компании с зарубежными филиалами. Типовые структуры управления международной компанией: финансовая группа, конгломерат, концерн. Холдинговая структура организации международной компании.

Международные финансово-промышленные группы. Финансово-промышленные группы США, Германии, Японии, Южной Кореи, России.

22. Общая характеристика международного стратегического менеджмента

Содержание, структура, особенности стратегического управления международной компанией. Миссия международной компании, ее функции. Примеры миссий ведущих компаний. Особенности стратегического планирования в международной компании: процесс стратегического планирования, система стратегического планирования, распределение функций стратегического планирования. Проблемы, возникающие при разработке стратегических планов. Стратегические решения в международном бизнесе. Требования к стратегическим решениям. Решение о выборе сферы деятельности на внешнем рынке. Решение о выборе принимающей страны. Решение о способе выхода на зарубежный рынок. Критерии выбора зарубежного партнера.

23. Технология международного менеджмента.

Кросс-культурный анализ коммуникаций в системе международного менеджмента. Коммуникационные барьеры: языковые барьеры, невербальное общение, восприятие, стереотипы, обстоятельства времени и места, информация в системе управления, этноцентризм и др. Национальные стереотипы в деятельности международного менеджера: американский, английский, немецкий, французский национальные стереотипы, стереотип, характерный для стран Ближнего и Среднего Востока, китайский и японский национальные стереотипы.

Переговоры как система. Переговоры как процесс. Программа переговоров. Позиции сторон на переговорах. Условия ведения успешных переговоров. Подходы к решению проблем, возникающих в процессе переговоров.

24. Международный менеджмент персонала.

Понятийный аппарат управления человеческими ресурсами. Подбор персонала. Оценка персонала по технологии оценочных центров (ассесмент-центры – assessment-centers). Методы и критерии оценки персонала международных концернов.

Планирование, контроллинг, маркетинг, лизинг персонала. Управление деловой карьерой на предприятиях Западной Европы. Формирование международной команды.

25. Страновой менеджмент

Региональные особенности решения управленческих задач. Характерные признаки и особенности японской, корейской, китайской, европейской, американской систем управления.

Список рекомендуемой литературы:

По первому разделу:

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М, 2013.
2. Г.С. Вечеканов, Г.Р. Вечеканова Микроэкономика. Издательство: Питер. Год издания 2008.
3. В.М. Гальперин, С.М. Игнатъев, В.И. Моргунов Микроэкономика: в 3 т. Том 2. Издательство: Экономическая школа. Год издания 2008.
4. В.В. Ильященко. Микроэкономика. Издательство: КноРус. Год издания 2012.

По второму разделу:

1. Балашов А. П. Основы менеджмента: учеб. Пособие для вузов / А. П. Балашов. – М.: Вузовский учебник, 2009.
2. Бурганова Л. А. Теория управления: учеб. пособие для вузов / Л. А. Бурганова. – М.: ИНФРА-М, 2007.
3. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник для вузов / В. Р. Веснин. - 3-е изд, перераб. и доп. - М.: ТК Велби. - 2014.
4. Виханский О. С. Менеджмент: учебник для вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2005.
5. Дафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Дафт. – пер. с англ. - 6-е изд. - СПб.: Издательство «Питер», 2006.

По третьему разделу:

1. Чейз Р. Производственный и операционный менеджмент / пер. с англ. -10 изд., М.:ИД «Вильямс», 2007. -1184с.
2. Малюк В.И., Немчина А.М. Производственный менеджмент: учебное пособие. – СПб: Питер, 2008. – 288 с.
3. Герасимов Б. Н. Операционный менеджмент. Учеб. пособие. Самара: МИР, 2007.- 293 с.
4. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент. – СПб.: Питер, 2001. – 320с.
5. Козловский В. А. и др. Производственный менеджмент: учебник. – М.: Инфра-М, 2006. – 574 с.

Перечень вопросов:

1. Административная школа управления.
2. Виды управленческих решений.
3. Власть, формы власти.
4. Внутренняя среда и ее факторы.
5. Двухфакторная теория Ф. Герцберга.
6. Жизненный цикл продукта
7. Инструменты адаптации организации.
8. Кадры управления и их роли.
9. Классическая школа управления.
10. Конкурентные стратегии М. Портера.
11. Концепция партисипативного управления.
12. Критериальные подходы к принятию этических решений.
13. Лидерство, влияние.
14. Менеджер и его функции.
15. Метод SWOT– анализа.
16. Методы управления.
17. Модель-теория мотивации Портера-Лоулера.
18. Научные подходы к управлению организацией.
19. Организация. Законы организации.
20. Письменные коммуникации.
21. Основное понятие менеджмента и его необходимость.
22. Организация как объект управления: составные части, уровни, основные процессы.
23. Понятие коммуникаций, процесс коммуникаций и его элементы.
24. Подходы к определению эффективного лидерства.
25. Понятие контроля, его цели и области.
26. Внешняя среда косвенного воздействия.
27. Стратегия и конкурентные преимущества.
28. Понятие стратегического управления, сущность, задачи, функции.
29. Организационная культура, уровни, элементы, составляющие.
30. Теория 7-S.
31. Понятие управленческой этики.
32. Реакции организации на изменения внешней среды.
33. Теория иерархии потребностей А. Маслоу.
34. Содержание понятия «среда организации».
35. Теория ожиданий Врума.
36. Устные коммуникации.
37. Теория приобретенных потребностей МакКлелланда.
38. Внешняя среда прямого воздействия.
39. Формы организационного контроля.
40. Теория справедливости.
41. Формы оперативного контроля.
42. Элементы процесса управления.
43. Три основные главные стратегии управления в организации.
44. Этапы процесса контроля.
45. Элементы внутренней среды.
46. Три стиля руководителя.
47. Управление как особый вид деятельности, его специфика.
48. Школа поведенческих наук.
49. Функции и характеристики организационной культуры.

50. Этапы принятия управленческих решений.
51. Школа человеческих отношений.
52. Этапы коммуникаций.
53. Функции управления.
54. 3 концептуальные категории ролей по Минцбергу.
55. Понятие структуры управления.
56. Основные факторы и элементы проектирования организации.
57. Типы организационных структур.
58. Характеристика формальной и неформальной группы.
59. Типы конфликтов в организации.
60. Цели и функции управления человеческими ресурсами.
61. Предмет и метод микроэкономики.
62. Материальные потребности и экономические ресурсы.
63. . Типы и модели экономических систем.
64. Основы анализа спроса и Предложения.
6. Эластичность спроса и предложения.
65. Фирма как основной субъект рыночной экономики.
66. Производство и технологии.
67. Теория издержек фирмы
68. Конкуренция, ее сущность и роль. Антимонопольная политика.
69. . Совершенная конкуренция
70. Монополия.
71. Монополистическая конкуренция.
72. Олигополия.
73. Рынок труда и заработная плата.
74. Рынок земли.
75. Рынок капитала.
76. Национальная экономика и её важнейшие показатели.
77. Макроэкономическое равновесие.
78. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы, безработица и инфляция.
79. Деньги и денежное обращение.
80. Кредитно-банковская система.
81. Финансовая и налоговая системы.
82. Экономический рост. Деловые циклы и экономический рост.
83. Государственная экономическая и социальная политика.
84. Внешнеэкономические связи и мировая экономика.
85. Ключевые понятия управление бизнес-процессами .
86. Основы моделирования бизнес-процессов в организации.
87. Бизнес-процессы в корпоративной культуре
88. Методы оптимизации бизнес-процессов
89. Оценка эффективности бизнес-процессов
90. Бизнес-идея как инновационный замысел
91. Бизнес-модель как концептуальная основа бизнес-плана. Общие требования к разработке бизнес-плана.
92. Эволюция понятия «ресурсы», существенные характеристики.
93. Внешнее окружение компании на международных рынках.

94. Внутренняя среда компании на международных рынках
95. Конкурентная деятельность фирм на международном рынке
96. Деятельность корпоративного уровня в глобальной экономической среде
97. Предпринимательская активность в международном контексте
98. Интернационализация и вход на глобальные рынки
99. Сущность стратегии и современные подходы в стратегическом управлении
100. Классификация стратегий бизнеса.