

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЧАСТЬ

Раздел 1. Маркетинг

Маркетинг как рыночная концепция управления. Основные концепции маркетинга, их эволюция. Современные концепции маркетинга: маркетинг партнерских отношений, внутренний маркетинг, социально-ответственный маркетинг, «зеленый» маркетинг. Функции маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг.

Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда. Микро- и макросреда организации. Социокультурные, технологические, экономические, политические, законодательные, экологические, демографические факторы.

Конкуренция и конкурентные преимущества. Внешнее и внутреннее конкурентное преимущество. Варианты конкурентных стратегий (дифференциации; доминирования по издержкам; фокусирования).

Поведение потребителей. Потребитель как основной актив организации. Создание ценности для потребителя. Различные роли покупателя. Процесс принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Удовлетворенность и лояльность клиентов. Управление отношениями с клиентами (CRM).

Система маркетинговой информации. Методы анализа внутренней и внешней среды (SWOT-анализ, PESTLE, бенчмаркинг, GAP-анализ (анализ разрывов), модели цепочки ценности и конкурентных сил М. Портера). Первичная и вторичная маркетинговая информация. Источники вторичной маркетинговой информации.

Маркетинговые исследования. Виды маркетинговых исследований (поисковые, дескриптивные, каузальные). Методы сбора первичной маркетинговой информации. Качественные и количественные методы исследований. Разработка и реализация плана маркетингового исследования. Содержание и структура отчета о проведении исследования.

Сегментирование рынка. Сегментационный анализ. Анализ привлекательности рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Формулирование рыночной стратегии. Недифференцированный, дифференцированный, концентрированный, нишевый маркетинг.

Позиционирование. Основания для позиционирования, подходы к их выбору. Стратегии позиционирования. Карты позиционирования. Кастомизация товаров и услуг. Массовая кастомизация.

Комплекс маркетинга. Концепция 4P. Концепция 7P. Разработка комплекса маркетинга.

Товарная политика организации. Конкурентоспособность товара. Классификация товаров в маркетинге. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера. Мультиатрибутивная модель товара Ж.-Ж. Ламбена. Принятие решений о выпуске новых товаров. Классификация новизны товара. Этапы разработки нового товара, их содержание и особенности. Понятие широты и глубины ассортимента. Управление товарным ассортиментом. Жизненный цикл товара (ЖЦТ), этапы ЖЦТ.

Бренд-менеджмент. Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд». Функции бренда на потребительском и деловом рынке. Понятия «идентичность бренда», «имидж бренда», «марочный капитал». Основные концепции бренд-менеджмента. Процесс создания бренда. Локальные, международные и глобальные бренды.

Ценообразование в маркетинге. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования. Методы и стратегии ценообразования. Принятие решений о ценообразовании. Типология ценовых стратегий. Затратное ценообразование. Ценообразование, ориентированное на конкуренцию. Ценообразование, ориентированное на спрос. Ценностный подход. Восприятие цены покупателем. Ценовые стратегии предприятия при выходе на новый рынок, при выводе нового товара. Этапы и процедуры разработки ценовой стратегии. Факторы, влияющие на формирование ценовой стратегии.

Организация сбытовой деятельности. Функции сбыта. Поток распределения. Типы посредников. Конфигурации каналов распределения. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы

распределения продукции. Функции участников канала распределения. Стратегии охвата рынка. Интенсивный, селективный, эксклюзивный сбыт. Факторы, влияющие на выбор структуры каналов распределения. Коммуникационные стратегии в каналах сбыта. Преимущества и недостатки стратегий протягивания и проталкивания. Анализ сбытовых издержек.

Маркетинговые коммуникации. Личные и неличные коммуникации. Основные составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций. Понятия ATL и BTL–коммуникаций. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Понятие PR (связей с общественностью). Основные задачи и методы работы по связям с общественностью. Понятие стимулирования сбыта. Методы стимулирования сбыта, их классификация. Прямой маркетинг. Личные продажи. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Определение целевой аудитории коммуникационной кампании. Постановка целей, планирование, реализация и оценка эффективности коммуникационной кампании. Роль Интернета как канала маркетинговых коммуникаций.

Организация маркетингового планирования. Стратегический и операционный план маркетинга: структура и содержание. Взаимосвязь с другими видами планов фирмы. Контроль реализации и корректировка маркетингового плана.

Организация маркетинговой деятельности в компании. Традиционная организация маркетингового подразделения. Виды организационных структур маркетинговых служб: функциональная, товарная, рыночная, географическая. Факторы, влияющие на выбор организационных структур.

Современные тенденции в организации маркетинговой деятельности в компании. Использование информационных технологий в маркетинге. Интерактивный маркетинг и мобильная реклама.

Раздел 2. Основы институциональной экономики

Нормы, правила, институты. Экономическое поведение как принятие решений, ограничения при принятии решений. Концепция ограниченной рациональности Г. Саймона. Понятие нормы (правила), понятие института. Формальные и неформальные правила, варианты их соотношений. Иерархия правил. Способы принуждения к исполнению правил.

Контракты. Виды контрактов. Контрактный подход к анализу экономических институтов. Предконтрактное и постконтрактное оппортунистическое поведение. Стимулирующие контракты как способ преодоления проблемы постконтрактного оппортунистического поведения.

Трансакции и трансакционные издержки. Понятие трансакции, виды трансакций по Д. Коммонсу. Понятие трансакционных издержек и трансформационных издержек. Виды трансакционных издержек, способы их измерения и снижения.

Внешние эффекты. Понятие внешних эффектов. Классификация внешних эффектов. Способы интернализации внешних эффектов. Теорема Р. Коуза и ее экономическое значение.

Механизмы координации. Рынок как механизм координации. Типы рынков. Издержки и выгоды рыночного взаимодействия и границы рынка. Иерархия как механизм координации. Фирма как частный случай иерархии. Типы фирм. Проблемы, возникающие в иерархических структурах. Сеть как механизм координации. Типы межорганизационных сетей. Преимущества и недостатки сетевого взаимодействия.

Список рекомендуемой литературы

1. Блекуэлл Д., Миниард У., Энджел Ф. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. СПб, 2007.
2. Институциональная экономика. Под ред. А.А.Аузана. М.: Инфра-М, 2011.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 14-е изд. /пер. с англ. В Кузина. СПб: Питер, 2008.
4. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. / Пер. с англ. СПб: Питер, 2014.
5. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. Пер. с англ. М. – СПб–Киев, 2007.

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Раздел 1. Экономическая теория

Спрос и предложение. Спрос и величина спроса. Предложение и величина предложения. Рыночное равновесие. Равновесие при учете суммарного спроса на нескольких рыночных сегментах. Прямая

эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса по цене. Эластичность предложения.

Теория потребительского выбора. Отражение потребительских предпочтений в виде кривых безразличия. Функция полезности потребителя. Предельная полезность. Предельная норма замещения благ в потреблении. Бюджетное ограничение. Оптимум потребителя. Кривая доход-потребление и кривая Энгеля. Кривая цена-потребления и кривая спроса. Выделение эффекта замещения и эффекта дохода в эффекте цены.

Теория производства, издержек и прибыли и рыночное предложение в условиях совершенной конкуренции. Производственная функция. Предельная норма технического замещения. Средние и предельные продукты ресурсов. Изменение выпуска в краткосрочном периоде. Убывающая отдача от переменного фактора. Изменение выпуска в долгосрочном периоде. Эффект масштаба. Издержки как функция от количества и стоимости ресурсов. Принцип минимизации издержек. Издержки как функция от выпуска. Общие, средние и предельные издержки краткосрочного и долгосрочного периода. Максимизация прибыли как функции от количества ресурсов. Максимизация прибыли как функции от выпуска. Условия закрытия конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Предложение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Излишек производителя. Предложение конкурентной отрасли.

Рыночные структуры. Равновесие на рынке совершенной конкуренции, излишек потребителей и излишек производителей, эффективность по Парето. Регулирование рынка совершенной конкуренции: потоварный налог, потоварная субсидия, ограничение объема продаж, установление верхней границы цены, установление нижней границы цены. Максимизация прибыли монополистом. Рыночная власть монополиста. Монополист с двумя заводами. Монополия и общественная эффективность. Регулирование монополии: налогообложение, установление верхней границы цены. Особенности регулирования естественной монополии. Монополистическое поведение: ценовая дискриминация первой, второй и третьей степени. Монополистическая конкуренция: традиционная модель дифференциации продукта, линейная модель пространственной дифференциации продукта. Стратегическое поведение и олигополия. Модели Курно, Стэкльберга, Бертрана (ценовой войны), лидерства в ценах, картельного сговора и вероятность его нарушения.

Макроэкономические показатели. Методы измерения в макроэкономике. Агрегирование. Потoki и запасы. Закрытая и открытая экономика. Реальные и номинальные показатели. Кругооборот товаров и ресурсов, доходов и расходов в экономике. Валовой внутренний продукт (ВВП) и методы его измерения. Расчет ВВП по добавленной стоимости. Расчет ВВП по расходам. Расчет ВВП по доходам. Валовой национальный доход (ВНД). ВВП и уровень экономического благосостояния. Теневая экономика. Номинальный и реальный ВВП. Индексы цен.

Совокупный спрос и совокупное предложение. Совокупный спрос. Составные части совокупного спроса. Неценовые факторы совокупного спроса. Совокупное предложение. Неценовые факторы совокупного предложения. Краткосрочная и долгосрочная кривая совокупного предложения. Модель совокупного спроса/совокупного предложения. Краткосрочное и долгосрочное равновесие в модели совокупного спроса/совокупного предложения. Шоки совокупного спроса и шоки совокупного предложения. Стабилизационная политика.

Экономический рост и колебания деловой активности. Макроэкономическая нестабильность: безработица и инфляция. Экономический рост. Факторы экономического роста. Типы экономического роста. Потенциальный и фактический ВВП. Понятие делового цикла. Фазы делового цикла. Причины колебаний деловой активности. Рабочая сила. Рынок труда и безработица. Типы безработицы: фрикционная, структурная и циклическая безработица. Полная занятость и естественный уровень безработицы. Издержки безработицы. Закон Оукена. Природа инфляции и ее виды. Причины инфляции. Инфляция спроса и инфляция издержек. Инфляционные ожидания. Социальные и экономические последствия инфляции. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филлипса.

Совокупный спрос. Кейнсианская модель макроэкономического равновесия. Предпосылки кейнсианской модели. Кейнсианская функция потребления. Автономное потребление. Средняя и предельная склонность к потреблению. Функция сбережения. Средняя и предельная склонность к сбережению. Инвестиционный спрос. Планируемые и фактические расходы. Инвестиции в товарно-материальные запасы. Модель кейнсианского креста. Равновесие в модели кейнсианского креста. Эффективный спрос. Рецессионный и инфляционный разрывы. Мультипликатор расходов. Парадокс бережливости.

Бюджетно-налоговая политика. Виды государственных доходов и расходов. Пропорциональные и паушальные (аккордные) налоги. Государственные закупки товаров и услуг. Государственные трансферты. Государственные расходы и налоги в модели кейнсианского креста. Налоговый

мультипликатор. Государственный бюджет. Бюджетный дефицит и его виды. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Сдерживающая и стимулирующая бюджетно-налоговая политика. Дискреционная и недискреционная бюджетно-налоговая политика. Встроенные стабилизаторы. Проблемы бюджетно-налоговой политики.

Предложение денег. Кредитно-денежная политика. Природа и функции денег. Виды денег. Денежная масса и ее агрегаты. Особенности денежных агрегатов в России. Банковская система и ее структура. Центральный банк и коммерческие банки. Норма обязательного и избыточного резервирования. Коэффициент «наличность/депозиты». Денежная масса и денежная база. Процесс создания денег банковской системой. Предложение денег, банковский и денежный мультипликаторы. Контроль над денежной массой и денежно-кредитная политика. Инструменты денежно-кредитной политики: на «открытом рынке». Сдерживающая и стимулирующая денежно-кредитная политика. Проблемы денежно-кредитной политики.

Экономический рост. Показатели экономического роста. Модель экономического роста Р. Солоу. Предпосылки модели Солоу. Сбережения и инвестиции. Накопление капитала. Роль нормы сбережений. Устойчивый уровень капиталовооруженности и производительности труда. Рост населения. Научно-технический прогресс в модели Солоу. Оптимизация нормы сбережения. «Золотое правило» накопления капитала.

Платежный баланс и валютный курс. Структура платежного баланса. Счет текущих операций. Счет операций с капиталом и финансовыми инструментами. Общее сальдо платежного баланса. Взаимосвязь счетов платежного баланса. Номинальный и реальный валютный курс. Паритет покупательной способности. Фиксированный и плавающий валютный курс. Колебания валютного курса и определяющие его факторы.

Список рекомендуемой литературы

1. Антипина О.Н., Миклашевская Н.А., Никифоров А.А. Макроэкономика. М. «Дело и Сервис». 2012.
2. Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. М. 1997.
3. Колесов В.П., Кулаков М.В. «Международная экономика» ИНФРА-М, 2005.
4. Мэнкью Н.Г. Макроэкономика. М.: Издательство Московского Университета, 1994.
5. Пугель Т., Линдерт П. «Международная экономика», Дело и Сервис, 2003.
6. Чеканский А.Н., Фролова Н.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Учебник. – М.: Инфра–М, 2005.
7. Чеканский А.Н., Фролова Н.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Учебное пособие. – М.: Инфра–М, 2005.

Раздел 2. Статистика

Этапы статистического исследования. Ряды распределения и их основные характеристики. Основные экономические классификаторы: Общероссийский классификатор видов экономической деятельности - ОКВЭД, Классификатор институциональных единиц по секторам экономики – КИЕС. Понятие о рядах распределения. Атрибутивные и вариационные ряды распределения. Виды средних величин, выбор формы средней. Структурные средние: мода и медиана, их использование в экономике. Децильный и фондовый коэффициенты дифференциации признака в совокупности. Показатели концентрации Джини и Герфиндаля. Показатели вариации.

Методы изучения взаимосвязи и динамики экономических показателей. Алгоритм корреляционно-регрессионного анализа. Уравнение регрессии и определение его параметров. Параметрические и непараметрические показатели тесноты связи. Анализ взаимосвязи между качественными показателями. Виды рядов динамики. Основные аналитические показатели, рассчитываемые для динамических рядов. Средние характеристики ряда динамики. Приемы обработки рядов динамики с целью выявления тренда. Изучение и выявление сезонных колебаний. Интерполяция и экстраполяция в рядах динамики. Особенности корреляции в рядах динамики.

Экономические индексы. Понятие об индексах и основные принципы их построения. Индивидуальные и общие индексы. Агрегатные индексы Ласпейреса и Пааше, индекс Фишера. Индексы цепные и базисные, их взаимосвязь. Средний арифметический и средний гармонический индексы. Индексы переменного, фиксированного состава и структурных сдвигов. Способы построения системы взаимосвязанных индексов. Определение влияния отдельных факторов на изменение результативного

показателя. Основные блоки индексов цен, используемых в экономической практике; методология построения сводного индекса потребительских цен.

Система национальных счетов (СНС) – статистическая модель рыночной экономики. Основные концепции и определения СНС. Показатели валового выпуска и валовой добавленной стоимости. Налоги на производство и на продукты. Понятие чистых налогов. Валовой внутренний продукт – центральный показатель СНС. Валовой национальный доход и валовой национальный располагаемый доход. Взаимосвязь между основными макроэкономическими показателями и ее отражение в СНС. Система консолидированных счетов СНС. Анализ динамики физического объема валового внутреннего продукта. Индекс-дефлятор ВВП. Показатели объема национального богатства и собственного капитала в СНС. Классификация активов в СНС.

Статистика уровня жизни населения. Определение категории дохода в СНС. Первичные, располагаемые и скорректированные располагаемые доходы домашних хозяйств. Показатели доходов населения в статистической практике России. Номинальные и реальные доходы. Определение категории сбережения в СНС и статистической практике России. Покупательная способность денежных доходов населения. Основные методы статистического измерения бедности: абсолютный, относительный, депривационный, субъективный. Показатели уровня и границ бедности. Дефицит дохода. Индексы глубины и остроты бедности. Обобщающие показатели уровня жизни населения: индекс развития человеческого потенциала, индексы нищеты населения. Методология их построения.

Список рекомендуемой литературы

1. Теория статистики / Под ред. Г.Л. Громько. М., ИНФРА-М, 2015.
2. Экономическая статистика / Под ред. Ю.Н. Иванова. М.: ИНФРА-М, 2016.
3. Теория статистики: Практикум. Проф. Громько Г.Л. М., ИНФРА-М, 2013.
4. Основы национального счетоводства (международный стандарт): Учебник под редакцией Ю.Н.Иванова. М., ИНФРА-М, 2013.

Раздел 3. Управление организацией

Организация

Организация как система. Элементы и атрибуты организации. Человек в организации. Вхождение человека в организацию. Личностные и ролевые аспекты социализации. Формирование поведения человека в организации. Содержание и механизм научения поведению человека в организации.

Мотивация деятельности. Теории содержания мотивации. Теории процессов мотивации.

Внутренняя среда организации – природа, элементы, системные характеристики. Ключевые функционалы организации: закупки, производство, продажи, персонал, финансы, учет, маркетинг, менеджмент.

Внешняя среда организации. Характеристика элементов среды макроокружения организации. Характеристика элементов микроокружения организации.

Проектирование работ в организации. Модели проектирования работ. Проектирование организации. Элементы и факторы проектирования организации. Организация взаимодействия и полномочия. Типы организаций и организационных структур.

Внутриорганизационные процессы. Информационная среда организации. Процессы разработки, принятия и реализации решений.

Коммуникации в организации. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили.

Лидерство и авторитет в управлении. Концепции лидерства.

Конфликты в организации. Типы конфликтов. Уровни конфликтов.

Организационная культура. Концепции организационной культуры. Влияние культуры на организационную эффективность. Модели анализа организационной культуры. Национальное в организационной культуре

Жизненный цикл организации – определения, модели, характеристики моделей. Образы организации (по Г. Моргану).

Организационное поведение. Групповая динамика. Организационная динамика. Конфликты и стрессы, власть, влияние и политика. Источники власти в организации. Организационные изменения и развитие. Обучающиеся организации.

Управление (менеджмент) организацией

Возможность и необходимость управления организацией. Предмет управления (менеджмента) как науки и практики. Соотношение и взаимосвязь менеджмента с политэкономией, социологией, политологией и другими социально-экономическими дисциплинами.

История управления (менеджмента) и история управленческой мысли. Наука и искусство управления. Соотношение практики и науки управления. Современные концепции менеджмента. Организации будущего и тенденции науки управления организацией.

Управление (менеджмент) и бизнес. Управление организацией как система. Управление в статике и в динамике. Элементы системы управления организацией. Процесс управления организацией. Управление как развивающаяся система.

Характеристика механизма и структуры управления организацией. Функции управления. Кадры управления. Роли менеджера по Г. Минцбергу. Делегирование полномочий.

Классификация и содержание методов управления организацией. Организационные системы управления. Техника управления и информационные системы управления. Характеристика процессов управления организацией. Совершенствование и развитие систем управления организацией. Эффективность и результативность управления.

Управление ключевыми функционалами организации – специфика, характеристики, системный подход.

Управление бизнес-процессами (поставками, производством и продажами). Управление финансами. Управление персоналом. Управление знаниями.

Стратегическое управление – сущность, атрибуты, процесс. Миссия и стратегические цели организации. Стратегический анализ внутренней и внешней среды – методы, процедуры. Методы и модели разработки стратегий. Эталонные стратегии. Корпоративные, продуктовые и функциональные стратегии – взаимосвязь, взаимообусловленность. Оценка и выбор стратегий. Выполнение стратегий – контроль, проблемы, корректировка.

Управление внутриорганизационными процессами. Информационное обеспечение процессов принятия управленческих решений. Управление конфликтами. Управление коммуникационными процессами. Групповая динамика и управление. Управление изменениями в организациях

Характеристики и специфика управления различными организациями. Управление малым, средним и крупным бизнесом. Отраслевое управление. Управление многоотраслевыми холдингами. Управление инновационным бизнесом. Государственное управление. Региональное управление. Управление семейным бизнесом. Управление международным бизнесом.

Список рекомендуемой литературы

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – 4-е изд. – М.: Экономистъ, 2007 (или более поздние издания)
2. Дафт Р. Теория организации. Учебник. М.: ЮНИТИ, 2006.
3. Лютенс Ф. Организационное поведение: Учебник. М.: ИНФРА-М, 1999.
4. Маршев В.И. История управленческой мысли. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2005.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1997 (или более поздние издания)
6. Морган Г. Образы организации. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
7. Широкова Г.В. Жизненный цикл организации: концепции и российская практика. СПб: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2008.