

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Социологический факультет

Вопросы для подготовки к государственному экзамену по «Менеджменту»

для бакалавров по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (профиль – «Маркетинг»)

*Утверждены решением № 14
Ученого совета
социологического факультета МГУ
от « 06 » декабря 2016 г.*

Москва
2017

**Вопросы для подготовки
к государственному экзамену по специальности
«Менеджмент», профиль «Маркетинг»**

1. Управление рыночными организациями в теории «научного менеджмента» Ф.У.Тейлора.
2. Русские последователи Ф.Тейлора.
3. Виды деятельности в организации и функции менеджмента в концепции А.Файоля.
4. Технологические, экономические и социальные инновации Г.Форда.
5. Основные принципы школы «человеческих отношений» в теории менеджмента.
6. Методологические основания системного и ситуационного подходов в теории менеджмента.
7. Производственный менеджмент. Понятие операционной системы бизнеса. Виды технологий в концепции Дж.Вудворд.
8. Современное состояние теоретического осмысления управленческих проблем. Формирование рынка идей менеджмента.
9. Управленческое консультирование: сущность и виды. Особенности рынка консультантов по управлению.
10. Управление качеством. Особенности концепции всеобщего менеджмента качества. Понятие бережливого производства.
11. Реинжиниринг бизнес-процессов.
12. Концепция самообучающейся организации и специфика ее применения на практике. Управление знаниями, креативностью и талантами.
13. Планирование как функция менеджмента. Процесс и субъекты стратегического планирования.
14. Понятие конкурентной стратегии. Концепция пяти сил М.Портера. Эталонные стратегии конкурентной борьбы.
15. Инструменты стратегического планирования. Бостонская матрица стратегического планирования. SWOT-анализ. PEST (PESTEL)-анализ.
16. Содержательные концепции мотивации (А.Маслоу, Ф.Герцберг, К.Альдерфер, Д. МакКлелланд).
17. Процессуальные концепции мотивации (теория справедливости, теория ожиданий, модель А.Портера-Э.Лоулера).
18. Процесс принятия и виды управленческих решений.
19. Групповая динамика и особенности групповых решений в организации.
20. Основания должностной и личной власти менеджера в организации.
21. Управленческая решетка Р.Блейка-Дж.Моутон и проблемы лидерства в организациях различного типа.

22. Историческая динамика исследований феномена лидерства в теории менеджмента.
23. Понятие и виды стилей руководства. Стили руководства в концепциях К.Левина, Д.МакГрегора и Р.Лайкерта.
24. Ситуационное лидерство в организации. Концепции Ф.Фидлера, П.Херси-К.Бланшара, Т.Мичела-Р.Хауса.
25. Особенности управления акционерными обществами. Модели корпоративного управления. Функции совета директоров.
26. Корпоративная социальная ответственность. Концепция устойчивого развития бизнеса.
27. Сущность и виды управленческого контроля.
28. Понятие организационной структуры. Структурообразующие процессы. Классификация организационных структур.
29. Организационная культура: сущность, элементы и уровни. Концепция Э.Шейна.
30. Понятие национальной модели менеджмента. Национальные бизнес-культуры в концепции Г.Хофштеде.
31. Управленческие классификации организационных культур (Ч.Хэнди, К.Камерон-Р.Куин)
32. Управление конфликтами в организации. Понятия корпоративного конфликта и конфликта интересов.
33. Тенденции развития менеджмента в постиндустриальную эпоху.
34. Организационные коммуникации и их виды. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса.
35. Стадии жизненного цикла организации и их связь со стилем менеджмента. Концепции И.Адизеса и Л.Грейнера.
36. Управление человеческими ресурсами: базовые подходы и функции.
37. Использование социологических исследований в изучении систем управления. Методы социологических исследований.
38. Финансовый менеджмент. Специфика формирования учетной информации о доходах и расходах организации в российских условиях.
39. Понятие и виды деловой карьеры, основные этапы ее планирования.
40. Инновационный менеджмент. Особенности управления созданием и внедрением нововведений.
41. Концепция социально-этического (социально-ориентированного) маркетинга. Развитие социального маркетинга в России: проблемы и перспективы.
42. Комплекс маркетинга (marketing-mix): понятие, структура, характеристика элементов. Современные трактовки концепции комплекса маркетинга.
43. Фокус-группы, глубинные интервью, проективные методики как методы сбора качественной информации в маркетинговом

- исследовании: особенности организации и направления использования.
44. Характеристика метода экспертных оценок, его роль в маркетинговых исследованиях.
 45. Особенности организации маркетинговой деятельности в Интернете. Понятие электронной коммерции. Специфика Интернет-рекламы и Интернет-магазинов.
 46. Сегментирование как инструмент анализа рынка: содержание и последовательность этапов.
 47. Позиционирование товара на рынке: сущность, подходы к реализации. Виды стратегий позиционирования и примеры их реализации в деятельности компаний.
 48. Покупательское поведение. Особенности процесса принятия решения о покупке.
 49. Понятие товара в маркетинге: сущность, типология, характеристики.
 50. Выведение нового товара на рынок: этапы, основные методы и подходы.
 51. Жизненный цикл товара.
 52. Торговля. Основные подходы к определению канала распределения (сбытового канала). Организационная и коммуникационная компоненты распределения.
 53. Виды торговых посредников. Их воздействие на производителей и потребителей.
 54. Выход компании на внешний рынок. Формы организации международного бизнеса.
 55. Франчайзинг: понятие и виды.
 56. Лицензирование как форма организации бизнеса. Преимущества и проблемы лицензирования.
 57. Стимулирование сбыта: виды и предназначение.
 58. Товарный знак. Миссия бренда и технология его создания. Основные бренд-стратегии. Оценки стоимости бренда: современные методики и их применение.
 59. Слияния и поглощения как базовая стратегия развития современных организаций. Управленческие и маркетинговые проблемы объединений.
 60. Особенности менеджмента в многонациональных компаниях.
 61. Основные инструменты и виды ценовой политики фирмы. Этапы процесса ценообразования.
 62. Методы ценообразования: содержание и сравнительная характеристика.
 63. Маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, формы.

64. Концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Основные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
65. Связи с общественностью (public relations) как форма маркетинговой коммуникации: понятие, функции. Значение связей с общественностью в формировании имиджа компании и в управлении кризисными ситуациями.
66. Product placement, event-мероприятия, выставки и ярмарки как инструменты маркетинговых коммуникаций: особенности применения.
67. Нестандартные маркетинговые коммуникации: продвижение в блогах и форумах, life placement и др.
68. Особенности рекламы как формы маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы.
69. Разработка рекламной компании: основные этапы.
70. Социальная реклама: понятие, виды, роль государства. Развитие социальной рекламы в России.
71. Медиапланирование: основные качественные и количественные показатели. Оценка эффективности медиаплана.
72. Личностные факторы покупательского поведения: состав, характеристика, особенности влияния.
73. Влияние семьи и домохозяйства на потребительское поведение. Жизненный цикл семьи и особенности потребления. Современные тенденции в изменении потребления семьи.
74. Социальная стратификация и потребительское поведение социальных групп. Специфика потребительского поведения среднего класса.
75. Особенности покупательского поведения предприятий и организаций: субъекты, объекты, конъюнктура. Факторы, влияющие на покупательское поведение в сфере товаров производственного назначения.
76. Лояльность потребителя к фирме и бренду. Виды лояльности, методы ее измерения. Особенности разработки и внедрения программ лояльности потребителей в современной России.
77. Устойчивые отношения с клиентами. Понятие клиентоориентированности. Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) в России. Основные направления развития теории маркетинга взаимоотношений.
78. Разработка международной маркетинговой стратегии компании. Экономические и культурные детерминанты маркетинговой деятельности за рубежом.

79. Особенности правового регулирования маркетинговой деятельности в России.
80. Этические проблемы менеджмента и маркетинга. Особенности этики бизнеса в глобальном мире.

Рекомендуемая основная литература:

1. *Адизес И.* Размышления о менеджменте. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
2. *Барков С. А., Зубков В.И.* Социология организаций. М.: ЮРАЙТ, 2015.
3. *Блинов А.О., Угрюмова Н.В.* Теория организации и организационное поведение. – М.: КноРус, 2016.
4. *Виханский О.С., Наумов А. И.* Менеджмент. М.: Магистр, Инфра-М, 2011.
5. *Дафт Р.* Менеджмент. – СПб.: Питер, 2015.
6. *Дробышева Л.А.* Экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Дашков и Ко, 2017.
7. *Друкер П., Макьярелло Дж.* Менеджмент. – М.: Вильямс, 2010.
8. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.* Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2017.
9. *Котлер Ф., Келлер К.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. – СПб.: Питер, 2016.
10. *Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2011.
11. *Минцберг Г.* Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру. М.: Эксмо, 2009.
12. *Моргунов В.И., Моргунов С.В.* Международный маркетинг. – М.: Дашков и Ко, 2017.
13. Организационное поведение: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. С.А.Баркова. М.: Юрайт, 2015.

14. *Пивоваров С.Э., Максимцев Н.А., Тарасевич Л.С.* Международный менеджмент. – СПб.: Питер, 2013.
15. *Питерс Томас Дж.* Вау!-проекты. Как превратить любую работу в проект, который имеет значение. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
16. *Пригожин А.И.* Социология организаций. – М.: Ленанд, 2015.
17. *Риддерстрале Й., Нордстрем К.* Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008
18. Управление человеческими ресурсами/ под ред. С.А.Баркова, В.И.Зубкова (в 2-х томах). – М.: ЮРАЙТ, 2016.
19. *Хаммер М., Чампи Дж.* Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
20. *Хилл Ч.* Международный бизнес. – СПб.: Питер, 2013.
21. *Хэнди Ч.* По ту сторону уверенности. О новом мире внутри и вокруг организаций. – СПб.: Питер, 2002.
22. *Шейн Э.* Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2011.

Рекомендуемая дополнительная литература:

1. *Адизес И.* Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей. Ицхак Калдерон Адизес; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013.
2. *Алешина И.В.* Поведение потребителя. – М.: ЭкономистЪ, 2006.
3. *Барков С.А.* Организация и рынок: противоборство или согласие? М.: Изд-во Московского университета, 2008.
4. *Барнард Ч.* Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации. – М., Челябинск: Социум, ИРИСЭН, 2009.
5. *Богданов А.А.* Тектология: Всеобщая организационная наука. М., 2003.
6. *Бояцис Р., Макки Э.* Резонансное лидерство: Самосовершенствование и построение плодотворных отношений с

- людьми на основе активного сознания, оптимизма и эмпатии. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
7. *Бир С.* Мозг фирмы/Пер. с англ. Предисл. Л.Н.Отоцкого. Изд. 3-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
 8. *Дафт Р., Мерфи Дж., Уилмотт Х.* Организационная теория и дизайн/Пер. с англ. СПб.: Питер, 2013.
 9. *Деминг Э.* Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми. – М.: Альпина Паблишер, 2011.
 10. *Деминг Э.* Выход из кризиса. Иная парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер, 2011.
 11. *Камерон К., Куин Р.* Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб: Питер, 2001.
 12. *Канеман Д.* Думай медленно... Решай быстро. – М.: АСТ, 2016
 13. *Клок К., Голдсмит Дж.* Конец менеджмента и становление организационной демократии. – СПб.: Питер, 2004.
 14. *Кови С.Р.* Семь навыков высокоэффективных людей. – М.: Альпина Паблишер, 2016.
 15. *Красовский Ю.Д.* Социокультурные основы управления бизнес-организации. – М.: Юнити-Дана, 2007.
 16. *Лалу Ф.* Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
 17. *Льюис Р.* Столкновение команд. Успешное управление международной командой. - М.: Инфотропик Медиа, 2013.
 18. *Льюис Р.* Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей \ пер. с англ. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
 19. *Макеев В.А.* Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организаций. – М.: Ленанд, 2015.
 20. *Мейер К., Дэвис С.* Живая организация. Компания как живой организм: грядущая конвергенция информатики, нанотехнологии, биологии и бизнеса. - М.: Издательство «Добрая книга», 2007.

21. *Минцберг Г.* Структура в кулаке. – СПб.: Питер, 2004.
22. *Морган Г.* Образы организации. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
23. *Морита А.* SONY. Сделано в Японии. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2014.
24. *Огнева А.Ю., Дроздова Е.М.* Поведение в организации. – М.: Проспект, 2016.
25. *Пригожин А.И.* Организации. Системы и люди. – М.: Ленад, 2015.
26. *Сенге П.* Пятая дисциплина. Искусство и практика обучающейся организации. – М.: Олимп-Бизнес, 2009.
27. *Тебекин А.В., Касаев Б.С.* Менеджмент организации. М.: КНОРУС, 2014.
28. *Трушкевич А.И.* Организация выше таланта: практическое пособие для управляющих и управляемых. Минск, 2013.
29. *Гульчинский Г.Л.* Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. – М.: ЮРАЙТ, 2016.
30. *Турчинов А.И., Кононенко Т.А., Магомедов К.О.* Современная кадровая политика и управление персоналом в российских организациях: социологический анализ – М.: МАКС Пресс, 2013.
31. *Хэнди Ч.* Слоны и блохи: Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
32. *Шелдрейк Дж.* Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации /Пер. с англ. А.Чех; под науч. ред. д.э.н., профессора В.А.Спивака. СПб.: Питер, 2001.
33. *Щербина В.В., Попова Е.П.* Развитие деловых организаций: Теоретические модели и проблемы практического применения. М.: Издательский центр РГГУ, 2010.
34. *Юрасова М.В.* Управленческое консультирование: социологические методы и технологии. М., Наука, 2001.
35. *Якока Л.* Карьера менеджера, Послесловие - М.: Попурри, 2007.

Рекомендуемые периодические издания и Интернет-сайты:

<http://www.ecsocman.edu.ru> - Портал «Социология, экономика, менеджмент»

<http://www.ecsoc.msses.ru> - Электронный журнал «Экономическая социология»

<http://www.socis.isras.ru> - Журнал «Социологические исследования»

<http://www.vestnikmanagement.pu.ru> - Журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия Менеджмент»

<http://www.cfin.ru> – Портал корпоративного менеджмента

<http://www.rjm.ru> – «Российский журнал менеджмента»

<http://hbr-russia.ru/> - журнал «Harvard Business Review»

<http://www.e-xecutive.ru/> - Портал «Сообщество менеджеров»

<http://www.bossmag.ru> - Журнал «БОСС. Бизнес: Организация, Стратегия, Системы». Аналитическое бизнес-издание. Раздел «Профессия – Босс»

<http://uptp.ru> - Международный журнал «Проблемы теории и практики управления»

<http://dis.ru/magazine/periodicals/139/> - Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»

<http://www.aup.ru/books/i002.htm> - Электронные книги: менеджмент и управление предприятием

http://bigc.ru/publications/other/org_culture/ - Подборка электронных книг и статей по проблемам организационного поведения, организационной культуры и управления персоналом

www.4p.ru - Журнал «4P маркетинг»

<http://dis.ru/magazine/periodicals/138/> - Журнал «Маркетинговые исследования в России и за рубежом»

<http://socialmarketingjournal.com/> - Журнал «Социальный маркетинг»

<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/jhome/110483937> - Journal of Consumer Behavior

www.marketingpro.ru/ - Журнал «Маркетинг PRO»

<http://www.mckinsey.com/> - Отчеты консалтинговой компании
MCKinsey

<http://www.nielsen.com/> - Отчеты консалтинговой компании AC
Nielsen