**Примерные вопросы и практико-ориентированные задания**

**к государственному экзамену**

**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**

**профиль «Менеджмент и управление бизнесом»**

**(очно-заочная форма обучения)**

1. Адаптация организации: проблема неопределенности и ресурсной зависимости. Стратегии приспособления организации к внешней среде.
2. Анализ внутренней среды. Стратегические способности, ресурсы и компетенции компании. Уникальность и ценность ресурсов и способностей.
3. Бюджетирование и финансовое планирование в компании. Взаимосвязь с бизнес-планированием в компании.
4. Виды маркетинговых исследований. Использование полученной информации для формирования стратегии фирмы.
5. Виды стратегий в компании. Этапы стратегического процесса.
6. Группы в организации: классификация и характеристики. Рабочие группы и команды. Этапы развития команд. Командообразование.
7. Жизненный цикл организации и факторы риска. Значение теории жизненных циклов в риск-менеджменте.
8. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы.
9. Иерархия стратегий организации. Базовые корпоративные стратегии: роста, стабилизации, выживания, сокращения.
10. Информационное обеспечение управленческой деятельности на предприятии.
11. Ключевые (Key Performance Indicator, KPI) и вспомогательные показатели. Требования к KPI. Опережающие и результирующие показатели.
12. Коммуникации в организации и их виды. Элементы коммуникационного процесса. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.
13. Комплекс функций маркетинга. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности компании.
14. Концептуальные идеи управления качеством и их современное значение, тенденции развития и эффективность.
15. Методики анализа бизнес-процессов.
16. Методы анализа макро и микросреды корпораций.
17. Методы мониторинга и контроля в риск-менеджменте.
18. Мотивация, стимулирование и оплата труда персонала. Виды и методы стимулирования работников с разными типами трудовой мотивации. Анализ затрат на содержание и развитие персонала.
19. Назначение бизнес-плана, характеристика основных разделов бизнес-плана, показатели эффективности бизнес-плана.
20. Основные показатели оценки финансового состояния компании. Влияние социальной ответственности на финансовый результат компании.
21. Отличие VBM-показателей от традиционных бухгалтерских показателей эффектов и эффективности.
22. Показатели как индикаторы достижения стратегических целей. Понятие критических факторов успеха (CSF).
23. Показатели результативности и эффективности. Частные и агрегированные оценки. Пороговые значения. Показатели для принятия решений.
24. Понятие внешней среды: основные характеристики и параметры измерения. Стратегический анализ и диагностика внешней среды (5 сил Портера, PEST).
25. Понятие и основные концепции эффективности. Показатели эффективности. Понятия результативности и эффективности.
26. Портфельный анализ. Матрица БКГ, МакКинзи. Ограничения матричного метода.
27. Предпринимательские возможности, предпринимательская идея. Этапы реализации предпринимательской идеи.
28. Процесс принятия стратегических решений: рациональный и поведенческий подход.
29. Развитие управленческой науки. Школы управления.
30. Роль и принципы системы управления качеством в операционном менеджменте.
31. Роль организационной культуры при разработке и принятии управленческих решений.
32. Сбытовая деятельность фирмы: способы организации и каналы распределения. Сбытовые стратегии и их влияние на формирование себестоимости и прибыли, исходя из различных методов учета себестоимости.
33. Сегментация потребительских и деловых рынков: методы, критерии выбора целевых сегментов рынка. Рыночные сегменты и конкурентные стратегии М. Портера: лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование (специализация).
34. Система бизнес-процессов инновационной деятельности корпораций.
35. Система управления персоналом организации: основные функции, современные концепции развития персонала. Формы и методы планирования и оценки персонала.
36. Система управления рисками, принципы ее формирования.
37. Системный подход к исследованию организаций. Открытые и закрытые организационные системы. Организация как социально-экономическая система.
38. Состав и структура активов организации. Оценка основных и оборотных активов. Финансовая политика организации.
39. Стратегирование: разработка и внедрение стратегии. Модели управления стратегическим процессом Дэвида, Ротаермеля, Томпсона.
40. Стратегическая эффективность инноваций и методики ее оценки.
41. Стратегические задачи повышения качества и конкурентоспособности на операционном уровне.
42. Стратегические изменения: инструменты и принципы перемен.
43. Стратегические решения, их отличия от тактических и оперативных.
44. Стратегический процесс: анализ внешней и внутренней среды; формирование стратегии и ее реализация. SWOT- анализ.
45. Сущность и классификация инноваций.
46. Сущность и особенности стратегических решений, их роль в функционировании и развитии компании. Управленческий учет как информационная база принятия стратегических решений. Отчётность в управленческом учёте.
47. Типы организационных структур, их характеристики. Формальные и неформальные организационные структуры, департаментализация.
48. Типы стратегических изменений. Стили управления стратегическими изменениями.
49. Управление запасами и дебиторской задолженностью. Показатели оборачиваемости и их влияние на финансовые показатели компании.
50. Управление предпринимательскими рисками. Методы оценки рисков, способы снижения.
51. Управление результативностью. Концепция «performance management». Показатели (индикаторы) и их классификации.
52. Формирование стратегии: разработка стратегического плана, адаптация стратегии.
53. Функции менеджмента – планирование, организация, мотивация и контроль.
54. Характеристика и факторы выбора производственных операционных стратегий.
55. Цели и задачи стратегического анализа и диагностики внешней среды.
56. Цели, задачи, методы качественного и количественного анализа рисков.
57. Ценностно-ориентированный менеджмент (VBM). Система измерения ценности как ключевой элемент ценностно ориентированного менеджмента.
58. Ценообразование и ценовая политика компании. Влияние ценовой политики на показатели деловой активности компании. Формирование себестоимости продукции (работ, услуг), порядок расчета и назначение.
59. Этапы создания бренда. Влияние бренда на капитализацию компании.
60. Этапы управления риском, их функции и задачи.

**Практико-ориентированные задания**

**Задание 1**

В течение года предприятие израсходовало денежные средства на осуществление следующих мероприятий (тыс. руб.): разработку и экспертизу инвестиционного проекта – 3000; капитальный ремонт оборудования основного цеха – 2500; строительство хозспособом здания для нового цеха – 18000; пополнение запасов основных материалов – 2000; приобретение новых станков и инструмента – 12000; покупку акций автомобильной компании – 5000; покупку акций инвестиционной компании – 1000. Определить сумму реальных (капиталообразующих) инвестиций.

**Задание 2**

Предприятие готово производит сложное технологическое оборудование трех типов – А, В и С. По данным, представленным в таблице, обосновать наиболее выгодный для производства тип оборудования.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Типы технологического оборудования | | |
| А | В | С |
| 1. Выручка от продажи, тыс. руб. | 15000,0 | 20000,0 | 11000,0 |
| 2. Переменные затраты, тыс. руб. | 12000,0 | 12000,0 | 1800,0 |
| 5. Постоянные затраты, тыс. руб. | 400,0 | 300,0 | 450,0 |

**Задание 3**

Менеджеры предприятия планируют инвестировать в производство 8750,0 тыс. руб. и получить доход на инвестиции – 25 %. Рассчитайте цену, используя метод целевого дохода на капиталовложения, если себестоимость производства единицы изделия – 780,0 тыс. руб., постоянные расходы – 9200 тыс. руб., ожидаемый объем продаж – 740 единиц продукции.