

# **Программа аттестационного испытания для перевода в Высшую школу бизнеса МГУ имени М.В. Ломоносова на 3 курс бакалавриата**

*собеседование по направлению подготовки*

## **МИКРОЭКОНОМИКА**

### **1. Основные экономические понятия**

Микроэкономика и макроэкономика как части экономической теории. Производственные возможности общества. Альтернативная стоимость товаров и услуг.

### **2. Рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения**

Спрос и предложение, причины их изменения. Рыночное равновесие и государственное регулирование рынка. Эластичность спроса и предложения по цене. Факторы эластичности спроса и предложения. Эластичность спроса и выручка от продаж.

### **3. Производство и издержки**

Производство в краткосрочном и долгосрочном периодах. Постоянные и переменные факторы производства. Эффект масштаба. Экономические и бухгалтерские издержки и прибыль. Постоянные и переменные издержки. Общие, средние и предельные издержки.

### **4. Конкуренция**

Совершенная и несовершенная конкуренция. Виды конкуренции. Максимизация прибыли фирмы. Монопольная власть и ее измерение. Государственное регулирование монополий.

### **5. Рынки факторов производства**

Особенности спроса на факторы производства. Предельный продукт фактора производства в денежном выражении. Особенности спроса и предложения на рынке труда, капитала и природных ресурсов.

---

### **Рекомендуемая литература:**

Мэнкью Г. Принципы микроэкономики. — СПб.: Питер, 2013.

# МАКРОЭКОНОМИКА

## **1. Макроэкономические показатели**

Понятие и методы измерения ВВП. Экономический рост Безработица и ее виды. Закон Оукена. Виды инфляции. Последствия инфляции. Кривая Филлипса.

## **2. Совокупный спрос и совокупное предложение**

Совокупный спрос и совокупное предложение, факторы их изменения. Представления о совокупном предложении в экономических теориях.

## **3. Бюджетно-налоговая политика**

Государственный бюджет, основные виды доходов и расходов. Мультипликаторы государственных закупок и налогов. Стимулирующая и сдерживающая бюджетно-налоговая политика, цели и инструменты.

## **4. Деньги, банковская система и денежно-кредитная политика**

Денежная база и денежная масса. Спрос на деньги и предложение денег. Банковский и денежный мультипликаторы. Стимулирующая и сдерживающая денежно-кредитная политика, цели и инструменты.

## **5. Внешняя торговля, платежный баланс и валютный курс**

Внешнеторговая политика государства. Реальный и номинальный валютный курс. Валютный курс и его влияние на экономику.

---

### **Рекомендуемая литература:**

Мэнкью Г. Принципы макроэкономики. — СПб.: Питер, 2012.

# **ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

## **1. Организация и менеджмент**

Основные составляющие любой организации. Функции организации. Организация как открытая система.

## **2. Позиция управления внутри организации**

Структура организации. Внутриорганизационные процессы. Организационная культура. Функциональные процессы, присущие любой организации.

## **3. Менеджмент и внешнее окружение организации**

Общее внешнее окружение, непосредственное деловое окружение организации. Типы управления организацией.

## **4. Процесс управления организацией**

Место процесса управления в организации. Содержание, действия и функции, осуществляемые в процессе управления.

## **5. Менеджер и роли менеджера**

Понятие менеджера. Его функции в организации. Роли менеджера.

## **6. Развитие взглядов на менеджмент: одномерные и синтетические учения об управлении**

Теоретический взгляд на природу, сущность и развитие управления. Школы менеджмента: научное управление, школа человеческих отношений, школа поведенческих наук, системный и ситуационный подход.

---

### **Рекомендуемая литература:**

Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономистъ, 2010.

## **ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

1. Миссия организации
2. Цели организации и установление целей в организации
3. Проектирование работы в организации и модели проектирования работы
4. Проектирование организации и элементы проектирования организации
5. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой
6. Типы организаций по взаимодействию подразделений
7. Типы организаций по взаимодействию с человеком
8. Новое в типах организаций
9. Концепция организационной культуры
10. Развитие организационной культуры

## **ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

1. Подходы к установлению взаимодействия человека и организации
2. Ролевой аспект взаимодействия человека и организации
3. Личностный аспект взаимодействия человека и организации
4. Взаимодействие человека и группы
5. Адаптация человека к организационному окружению и изменение поведения посредством научения
6. Мотивация деятельности, теории содержания и теории процесса мотивации
7. Коммуникации в управлении
8. Принятие решений
9. Управление конфликтом
10. Власть и лидерство

---

### **Рекомендуемая литература:**

Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономистъ, 2010.

## **МАРКЕТИНГ**

### **1. История развития и концепции маркетинга.**

Цели, принципы и функции маркетинга. Этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга. Понятие и элементы комплекса маркетинга. Виды современного маркетинга.

### **2. Закономерности и классификация потребностей и спроса.**

Понятие потребности и виды потребностей. Закономерности потребностей. Понятие спроса и виды спроса. Факторы и закономерности спроса.

### **3. Модели и теории мотивации покупательского поведения.**

Модель индивидуального покупательского поведения. Модели покупательского поведения на рынке B2B. Теории мотивации покупательского поведения: З. Фрейда, Ф. Герцберга, А. Маслоу.

### **4. Сегментация рынка и позиционирование компании и товара.**

Понятие и цели сегментации рынка. Понятие сегмента и целевого сегмента рынка. Макросегментация и микросегментация. Критерии корректности сегментации рынка. Позиция товара на рынке и задачи позиционирования.

### **5. Стратегический маркетинг.**

Понятие и задачи стратегического маркетинга. Внутренние и внешние конкурентные преимущества и компетенции. Конкурентные стратегии по М. Портеру. Стратегии конкурентного поведения. Маркетинговые стратегии развития компании на внутреннем и международном рынках.

### **6. Товарная политика компании.**

Понятие товара, товарного маркетинга и товарной политики. Жизненный цикл товара. Структура ассортимента и его основные характеристики. Стратегическое и оперативное управление ассортиментом. Основные понятия управления брендом. Стратегии развития бренда.

### **7. Маркетинговое ценообразование.**

Этапы маркетингового ценообразования. Факторы, оказывающие влияние на формирование рыночной цены. Классификация ценовых стратегий. Методы ценообразования.

### **8. Маркетинговые принципы и технологии организации сбыта и товародвижения.**

Понятие сбыта, сбытового маркетинга и товародвижения. Каналы товародвижения. Стратегии управления отношениями с посредниками. Сбытовые стратегии. Виды торговых посредников.

### **9. Комплекс маркетинговых коммуникаций.**

Классификация элементов комплекса маркетинговых коммуникаций. Каналы маркетинговых коммуникаций. Классификация видов рекламы. Понятие и задачи Public Relations. Средства и достоинства прямого маркетинга. Мероприятия по стимулированию сбыта. Понятие личной продажи.

### **10. Маркетинговые исследования.**

Виды маркетинговой информации. Понятие и виды маркетингового исследования. Методы сбора маркетинговой информации. Методы стратегического маркетингового анализа.

---

### **Рекомендуемая литература:**

Маркетинг. Учебник и практикум: учебник для бакалавров / под ред. Л.А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 486 с.