



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И СТРАТЕГИЯ»
НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ 38.04.02 - «МЕНЕДЖМЕНТ»
ПРОГРАММА
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

2018 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения магистрантами образовательной программы «Международный бизнес и стратегия» Высшей школы бизнеса МГУ (ВШБ МГУ) требованиям образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова для реализуемых образовательных программ высшего образования по направлению подготовки магистров «Менеджмент».

Итоговая государственная аттестация выпускников ВШБ МГУ по программе «Международный бизнес и стратегия» направления подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент» проводится в форме (далее государственные аттестационные испытания) письменного междисциплинарного государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Магистранты ВШБ допускаются к итоговой государственной аттестации при отсутствии академической и финансовой задолженности за весь период обучения.

Целью междисциплинарного государственного экзамена является выявление уровня совокупных теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения, и умения применять данные знания при решении задач, возникающих в деятельности менеджера, а также способности критически мыслить, аргументировано излагать свою точку зрения.

Программа государственного экзамена носит межпредметный характер и охватывает избранные тематические разделы, соответствующие следующим учебным дисциплинам:

- *Международный бизнес,*
- *Стратегический менеджмент,*
- *Стратегический маркетинг,*
- *Корпоративные финансы.*

Программа междисциплинарного государственного экзамена содержит перечень вопросов по всем включенным в экзамен тематическим разделам, список обязательной и дополнительной литературы.

Требования к содержанию, объему, структуре, критерии оценки выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) определяются «Положением о подготовке и защите выпускной квалификационной работы магистра (магистерской диссертации) Высшей школы бизнеса МГУ имени М.В. Ломоносова».

Выполнение и защита магистерской диссертации должны подтвердить способность магистрантов, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные универсальные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи соответствующей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Магистерская диссертация сдается в учебную часть магистерской программы для передачи ее в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем в срок, установленный Приказом декана факультета. **Магистерские диссертации, не сданные в учебную часть в срок, не передаются в государственную экзаменационную комиссию и не подлежат устной защите.**

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» на основании решения государственной экзаменационной комиссии. Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

В случае обнаружения у магистранта после начала государственного итогового испытания учебных пособий, методических материалов, учебной и иной литературы (за исключением разрешенных для использования), конспектов, шпаргалок, независимо от типа носителя информации, а также любых технических средств и средств передачи информации, либо использования им подсказки, вне зависимости от того, были ли использованы указанные материалы и (или) средства в подготовке, государственная экзаменационная комиссия составляет акт, вносит соответствующие сведения в протокол заседания и оформляет решение о неудовлетворительной оценке знаний такого обучающегося.

Тексты магистерских диссертаций размещаются в электронно-библиотечной системе МГУ и проверяются на предмет наличия неправомерного заимствования (в том числе содержательного) специально созданной для этого комиссией. В случае выявления неправомерных заимствований в тексте сданной магистерской диссертации составляется соответствующий акт, который передается государственную экзаменационную комиссию для внесения сведений о нарушениях в протокол заседания. Выявление неправомерных заимствований является основанием для вынесения решения о неудовлетворительной оценке знаний магистранта.

Перед началом государственного аттестационного испытания секретарь государственной экзаменационной комиссии информирует магистрантов об основаниях, сроках и месте подачи апелляции. Рассмотрение поданной апелляции не является передачей государственного аттестационного испытания.

Успешное прохождение государственных аттестационных испытаний является основанием для выдачи магистранту диплома о высшем образовании МГУ.

В случае неявки по неуважительной причине или получения неудовлетворительной оценки при прохождении одного или нескольких государственных аттестационных испытаний магистрант отчисляется из ВШБ МГУ без выдачи диплома об образовании. По желанию студента ему может быть выдана академическая справка установленного образца с оценками по изученным дисциплинам.

Лицо, отчисленное из МГУ как не прошедшее государственную итоговую аттестацию, может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не ранее чем через год и не позднее чем через пять лет после срока проведения государственной итоговой аттестации, которая не пройдена обучающимся. Повторные итоговые аттестационные испытания не могут назначаться более двух раз.

ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Международный бизнес

Тема 1: 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.

Тема 2: 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.

Тема 3: 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.

Тема 4: 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.

Тема 5: Деятельность корпоративного уровня в глобальной экономической среде

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

Тема 6: Предпринимательская активность в международном контексте

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

Тема 7: Интернационализация и вход на глобальные рынки

Выгоды, приобретаемые в результате международной деятельности фирм. Проблема иностранного происхождения. Выбор способа входа на международные рынки.

Обязательная литература:

- 1) Hisrich, Robert D. 2015, *International Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a Global Venture*, Los Angeles: Sage Publications Inc. (Third Edition)
- 2) Luthans, Fred and Doh, Jonathan P. 2012, *International Management: Culture, Strategy and Behavior*, 8th edn (McGraw-Hill)
- 3) Презентации и раздаточные материалы по курсам «Введение в международный бизнес», «Международный бизнес», «Управление интернационализацией бизнеса».

Стратегический менеджмент

Тема 1: Сущность стратегии и современные подходы в стратегическом управлении

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

Тема 2: Классификация стратегий бизнеса. Этапы процесса стратегического управления. Целеполагание и декомпозиция

Задачи стратегического менеджмента. Составные элементы стратегического управления. Виды стратегических целей. Миссия и видение.

Тема 3: Бизнес-анализ. Особенности стратегического анализа среды

Методы анализа отрасли, компании и конкурентной ситуации, конкурентных преимуществ. SWOT-анализ. STEEP-анализ. Метод профиль среды. 5 конкурентных сил по Портеру. Разработка стратегических карт.

Тема 4: 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.

Тема 5: 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.

Тема 6: 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.

Обязательная литература:

- 1) Томпсон-мл., Артур, А., Стрикленд III, А., Дж. 2011. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», – 928 с.
- 2) Виханский О.С. 2008. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экномистъ. – 296 с.
- 3) Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. 2008. Стратегическое управление: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент орг.» - 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, – 464 с.
- 4) Презентации и раздаточные материалы по курсам «Стратегический менеджмент», «Стратегический ответ».

Дополнительно рекомендуемая литература:

- 1) Грант Р.М. 2011. Современный стратегический анализ. 5-е изд. /Пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. – СПб.: Питер – 560 с.
- 2) Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. /Пер. с англ. под ред. Петрова А.Н. – СПб.: Питер 2011. – 344 с.
- 3) Пирс II Дж. Робинсон Р. Стратегический менеджмент. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2013.- 560 с.
- 4) Ким, В Чан. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок. Свободный от других игроков /В. Чан Ким, Рене Моборн; пер. с англ. И. Ющенко. – М.: Манн. Иванов и Фербер, 2012. – 304 с.

Стратегический маркетинг

Тема 1: Стратегический и тактический маркетинг. Позиционирование и брендинг

Маркетинг менеджмент и маркетинг отношений. Составляющие современного маркетинга и его тенденции. Функции стратегического и тактического маркетинга. Составляющие позиционирования. Алгоритм разработки позиционирования. Построение карты позиционирования.

Тема 2: Классификация бренд-стратегий. Управление портфелем бренда. Стратегический капитал бренда

Нейминг. Регистрация товарных знаков. Классификация бренд-стратегий. Западный и азиатский подходы к построению стратегий брендов. Принципы построения и оптимизации портфеля брендов. Факторы, влияющие на стоимость брендов. Методы финансовой оценки НМА.

Тема 3: Маркетинг и брендинг территорий

Задачи маркетинга территорий. Алгоритм разработки бренда города/территории. Типология городов. Событийный менеджмент. Специфика российского маркетинга территорий.

Тема 4: Коммуникационные стратегии

Маркетинговые задачи при разработке рекламной стратегии. Выбор рекламного носителя. Медиа-показатели. Оценки эффективности рекламы.

Тема 5: Управление маркетинговой деятельностью

Функции маркетинга. Процесс управления маркетингом. Классификация типов организационных структур. Алгоритм построения организационной структуры департамента маркетинга. Система мотивации.

Тема 6: Стратегическое маркетинговое планирование. Формирование маркетингового бюджета.

Содержание плана маркетинга. Структура аудита маркетинга. Декомпозиция маркетинговых целей. Классификация принципов формирования маркетингового бюджета. Переменные при формировании бюджета. Модели управления экономикой маркетинга.

Обязательная литература:

- 1) Котлер Ф., Армстронг Г, Вонг В., Сондерс Д. 2014. Основы маркетинга, 5-е европейское изд.: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д.Вильямс».
- 2) Стратегический маркетинг для магистров: Учебник/ Под общ.ред. О.Н. Жильцовой – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М. 2016.- 316с.
- 3) Траут Дж., Райс Э. 2015. Позиционирование: битва за умы. – СПб.: Питер. – 352 с.
- 4) Презентации, раздаточные материалы, задачи по курсу «Стратегический маркетинг»

Дополнительно рекомендуемая литература:

- 1) Старов С.А. 2015. Управление брендами: учебник. Высшая школа менеджмента СПбГУ. Из-во «Высшая школа менеджмента».
- 2) Динни К. 2013. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. Пер. с англ. Веры Сечиной. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 336с.

Корпоративные финансы

Тема 1: Основы финансового менеджмента

Определение финансов. Финансовые решения, принимаемые домохозяйствами и фирмами. Рыночная дисциплина. Роль финансиста в компании. Финансовая система, ее функции и эволюция. Финансовые рынки и финансовые посредники. Финансовая инфраструктура и регулирование финансовой системы.

Тема 2: Интерпретация и использование финансовых показателей для прогнозирования и управления

Финансовая отчетность. Рыночная и балансовая стоимость. Бухгалтерские и экономические критерии прибыли. Акционерная доходность и доходность акционерного капитала. Анализ с использованием финансовых коэффициентов. Финансовые коэффициенты и взаимосвязь между ними.

Тема 3: Стоимость денег во времени и дисконтный анализ денежных потоков.

Сложные проценты. Частота начисления сложных процентов. Приведенная стоимость денег и дисконтирование. Множественные денежные потоки. Аннуитеты. Инфляция и анализ на основе дисконтирования денежных потоков.

Тема 4: Анализ инвестиционных проектов.

Суть анализа инвестиционных проектов. Критерий инвестирования: положительная чистая приведенная стоимость. Оценка потоков денежных средств инвестиционного проекта. Стоимость капитала. Сравнение взаимоисключающих проектов. Инфляция и планирование инвестиций.

Тема 5: Принципы оценки стоимости активов. Оценка активов с фиксированными доходами: облигации.

Соотношение между стоимостью актива и его ценой. Максимизация стоимости активов и принятие финансовых решений. Модели стоимостной оценки активов. Оценка инструментов с фиксированными доходами на основании расчета приведенной стоимости. Бескупонные и купонные облигации. Чтение таблиц котировки облигаций. Факторы, влияющие на доходность ценных бумаг. Время и динамика цен облигаций

Тема 6: Оценка обыкновенных акций

Чтение таблиц котировки акций. Оценка акций: модель дисконтирования дивидендов. Оценка акций: прибыль и инвестиционные возможности. Оценка акций с помощью коэффициента P/E. Дивидендная политика.

Тема 7: Принципы управления риском

Понятие риска. Риск и экономические решения. Управление риском. Портфельная теория: статистический анализ для оптимального управления риском. Распределение вероятностей доходности. Стандартное отклонение доходности как мера риска.

Обязательная литература:

- 3) Боди Зви, Мертон Роберт 2007. Финансы. – М.: Вильямс. 2007. – 592 с.
- 4) Презентации, раздаточные материалы, задачи по курсу «Корпоративные финансы».

Дополнительно рекомендуемая литература:

Борисова О.В., Малых Н.И., Грищенко Ю.И., Овешникова Л.В. 2014. Корпоративные финансы. – М.: Юрайт. – 651 с.