



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Проректор по учебной работе



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
для поступающих по программам магистратуры на направление

38.04.01 Экономика, направленность «Экономика производства продукции и услуг/
Economics of Goods and Services Production»

Иркутск – 2026 г.

1. Пояснительная записка

Данная программа вступительного испытания (далее — ВИ) составлена в соответствии с родственными программами для бакалавриата на уровне высшего образования и предназначена для подготовки поступающих в магистратуру по направлению 38.04.01 Экономика (направленность Экономика производства продукции и услуг/ Economics of Goods and Services Production) в ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет».

В программе ВИ отражены основные требования к уровню и содержанию знаний по вопросам микроэкономики, экономики организации и маркетинга.

Цель ВИ – дифференцировать абитуриентов по уровню готовности к обучению и мотивации к профессиональной деятельности у поступающих в магистратуру по направлению 38.04.01 Экономика.

Вступительное испытание проводится в форме компьютерного тестирования.

2. Структура вступительного испытания

В тест входят 50 заданий, отражающих основное содержание учебных дисциплин «Микроэкономика», «Экономика организации (предприятия)», «Маркетинг», изучаемым по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата. В тесте имеются следующие типы заданий:

- задание с единичным выбором;
- задание с множественным выбором;
- задание на соответствие;
- задание на решение задачи.

Задание с единичным выбором содержит закрытый вопрос или утверждение с предложенными вариантами ответов, из которых необходимо выбрать верный.

Множественный выбор включает закрытый вопрос или утверждение с предложенными вариантами ответов, из которых необходимо выбрать несколько верных.

Задание на соответствие содержит список вопросов или утверждений, отображаемых вместе со списком ответов. Тестируемый должен расставить соответствие между утверждением (вопросом) и ответом.

Задание на решение задачи – тестовое задание закрытой формы, в котором нужно сделать выбор варианта ответа, основанный на проведении расчета (выполнении операций с количественными данными).

3. Система оценивания вступительного испытания

Система оценивания:

- вопрос с единичным выбором – 1 балл;
- вопрос с множественным выбором – 2 балла;
- вопрос на соответствие – 3 балла.
- задание на решение задачи – 10 баллов.

Максимальная оценка всего теста: 100 баллов.

4. Продолжительность вступительного испытания

Продолжительность тестирования составляет 2 академических часа (90 минут) с момента объявления заданий вступительного испытания.

5. Вопросы для подготовки к вступительному испытанию

Микроэкономика

Тема 1. Введение в микроэкономику

Предмет и метод микроэкономики. Основные принципы экономической теории. Концепция экономического рационализма. Методы микроэкономического анализа. Равно-

весный подход к исследованию экономических явлений и процессов. Базисные понятия экономики. Потребности и ресурсы. Ограниченность ресурсов и проблема экономического выбора. Концепция альтернативных затрат. Кривая производственных возможностей. Основные вопросы экономики и основные типы рынков. Традиционная, командная и рыночная экономика. Смешанная экономика. Экономические институты.

Тема 2. Характеристика рыночной системы

Рынок: сущность и условия возникновения. Структура и функции рынка. Основные элементы рыночного механизма: цена, спрос и предложение, конкуренция. Основные черты рыночной экономики. Частная собственность и свобода экономического выбора. Разделение труда. Конкуренция и частный интерес. «Невидимая рука» Адама Смита. Субъекты рыночной экономики (домохозяйства, фирмы, государство). Модель круговых потоков. Проблемы становления и развития рыночных отношений в России. Достоинства и недостатки рыночной экономики

Тема 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие

Эластичность спроса и предложения. Понятие спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Величина спроса. Закон спроса и кривая спроса. Факторы спроса. Изменение спроса и изменение величины спроса. Понятие предложения. Величина предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы предложения. Изменение предложения и изменение величины предложения. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие и механизм его формирования. Понятие эластичности, ее измерение. Коэффициент эластичности. Эластичность спроса по цене и ее факторы. Ценовая эластичность спроса и выручка. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения по цене и ее факторы.

Тема 4. Теория потребительского выбора

Поведение потребителя как фактор спроса. Рациональный потребительский выбор и максимизация благосостояния потребителя. Проблема оценки потребителем общей полезности потребляемых благ: кардинализм (количественный подход) и ординализм (порядковый подход). Потребительские предпочтения, субъективная ценность блага, общая и предельная полезность. Закон убывающей предельной полезности. Аксиомы ординалистского подхода. Кривые безразличия и бюджетное ограничение. Бюджетные ограничения. Бюджетная линия потребителя, ее свойства. Равновесие (оптимум) потребителя. Графическая интерпретация равновесия потребителя. Изменение дохода потребителя и сдвиги бюджетной линии. Эффект дохода и эффект замещения.

Тема 5. Производство и издержки

Понятие производства. Производственная функция. Закон убывающей отдачи. Производство в коротком периоде. Средняя и предельная производительность факторов производства. Закон убывающей предельной производительности. Производство в долгосрочном периоде. Изокванты, изокосты и правило минимизации издержек. Виды издержек производства. Понятие экономических (альтернативных), бухгалтерских, внешних и внутренних издержек фирмы. Издержки производства в коротком периоде. Постоянные, переменные, совокупные, средние и предельные издержки. Динамика средних и предельных издержек. Изменение средних издержек фирмы в долгосрочном периоде и кривая LAC. Эффект масштаба производства.

Тема 6. Ценообразование

Формирование цены. Элементы цены. Виды цены. Индекс цен. Доход (выручка) и прибыль фирмы. Принцип максимизации прибыли. Экономическая и бухгалтерская прибыль. Функции прибыли. Механизм определения чистой прибыли. Налоги. Надбавки. Точка безубыточности.

Тема 7. Конкуренция

Понятие конкуренции. Основные параметры конкуренции. Задачи конкуренции. Виды конкуренции. Совершенная конкуренция. Несовершенная конкуренция. Недобросовестная конкуренция. Формы конкурентного соперничества. Методы конкурентной борьбы. Рыночная структура. Монополия. Факторы монополизации. Естественная монополия. Олигополия. Монополистическая конкуренция. Монопосония. Тайный сговор. Концерн. Холдинг. Конгломерат. Консорциум. Картель. Синдикат. Пул. Трест. Ассоциация. Фонды. Антимонопольное законодательство и антимонопольное регулирование: мировой опыт и особенности в России.

Тема 8. Рынки факторов производства

Рынки ресурсов (факторов производства) и их особенности. Спрос на ресурсы: общий подход. Предельный продукт и предельная доходность ресурса. Предельные издержки ресурса. Кривая спроса фирмы на ресурс. Рыночный спрос на ресурсы. Совершенная и несовершенная конкуренция на рынках ресурсов. Рынок труда. Функционирование конкурентного рынка труда. Спрос на труд. Индивидуальное и рыночное предложение труда. Равновесие конкурентного рынка труда и его эффективность. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции. Модель монопосонии. Модели с учетом профсоюзов. Заработная плата. Номинальная и реальная заработная плата. Дифференциация заработной платы. Причины различий в заработной плате. Земля как фактор производства. Ограниченность земли. Земля как возобновляемый природный ресурс: естественное и экономическое плодородие почвы. Земельная рента как цена за использование земли. Определение размера ренты в условиях конкуренции. Экономическая рента. Разнокачественность земельных участков и дифференциальная рента. Цена земли. Формирование рынка земли в России. Рынок капитала и его структура. Физический и денежный капитал. Рынок ссудного капитала и ссудный процент. Дисконтирование стоимости будущих доходов. Критерий чистой дисконтированной стоимости и принятие решений по инвестициям. Предпринимательская способность как фактор производства. Экономическая прибыль как разновидность факторного дохода. Нулевая прибыль. Функции экономической прибыли. Источники экономической прибыли. Арбитражирование и спекуляция. Неопределенность, риск, инновации и прибыль. Монопольная прибыль.

Тема 9. Роль государства на уровне микроэкономики

Саморегулирование рыночной экономической системы и роль государства в функционировании рынков. Рынок как саморегулирующийся механизм. Модели частичного и общего равновесия. Общественное благосостояние и эффективность. Ограниченность рыночного механизма («фиаско» рынка). Роль государства в обеспечении правовых основ функционирования рыночной экономики, защите конкуренции, перераспределении ресурсов и доходов, в регулировании рынков.

Экономика организации

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ КАК СУБЪЕКТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Общая характеристика организации, её внутренняя и внешняя среда

Методологические основы изучения организации (предприятия) как сложной социально-экономической системы. Организация как основной субъект предпринимательской деятельности, основное звено экономики. Определение внутренней и внешней среды организации. Элементы внешней среды прямого и косвенного воздействия. Функционирование организации в рыночной (конкурентной) среде. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Формы предпринимательства: коллективная, индивидуальная. Организационно-правовые формы юридических лиц, их сравнительный ана-

лиз. Главные основания классификации организаций: организационно-правовая форма, форма собственности, отраслевая принадлежность, размер организации. Признаки статуса субъекта малого предпринимательства.

Тема 2. Производственный процесс и производственная структура

Производственный процесс: понятие, классификация. Формы, типы и методы организации производственного процесса. Сравнительная характеристика типов организации производства. Основные характеристики методов организации производства. Производственный цикл, его длительность. Производственная структура организации. Факторы, влияющие на изменение производственной структуры организации.

Тема 3. Организационная структура и управление организацией

Управление организацией: функции управления (общие и специальные) и организационная структура управления: понятия и взаимосвязь. Элементы структуры управления. Принципы управления. Производственная и организационная структура. Характеристика функций основных отделов и служб аппарата управления крупного предприятия. Факторы, влияющие на изменение организационной структуры управления.

РАЗДЕЛ 2. РЕСУРСЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Тема 4. Основные фонды

Понятие основных фондов организации. Экономическая сущность основных фондов. Классификация основных фондов: материальные и нематериальные, производственные и непроизводственные, активные и пассивные, группы основных фондов в соответствии с типовой классификацией. Учет основных фондов в натуральном и стоимостном выражении. Виды стоимостной оценки основных средств: первоначальная стоимость, переоцененная, балансовая, ликвидационная стоимости. Определение среднегодовой стоимости основных средств. Понятие, оценка и классификация нематериальных активов (НМА).

Тема 5. Износ и амортизация основных фондов

Понятие износа основных фондов. Виды износа основных фондов: физический, моральный. Факторы, определяющие размеры физического износа основных фондов. Способы возмещения физического износа основных фондов. Сущность морального износа основных фондов. Способы возмещения морального износа основных фондов. Экономическая сущность амортизации основных фондов. Объекты для начисления амортизации. Методы начисления амортизации. Ускоренная амортизация. Показатели, характеризующие использование основных фондов организации: показатели, характеризующие техническое состояние и движение фондов (коэффициент обновления, коэффициент выбытия, коэффициент износа, коэффициент годности); показатели, характеризующие техническую оснащенность основными производственными фондами (фондовооруженность, техническая оснащенность); показатели экстенсивного и интенсивного уровней использования основных фондов (коэффициент использования, коэффициент сменности, производительность оборудования); показатели, характеризующие эффективность использования основных фондов (фондоотдача, фондоемкость, рентабельность производственных фондов). Мероприятия, способствующие улучшению использования основных фондов.

Тема 6. Оборотные средства

Экономическое содержание и состав оборотных средств. Оборотные производственные фонды и фонды обращения. Структура оборотных средств. Источники образования оборотных средств. Нормируемые и ненормируемые оборотные средства. Виды производственных запасов. Показатели эффективности использования оборотных средств.

Порядок расчёта показателей скорости оборота оборотных средств: коэффициента оборачиваемости и средней продолжительности одного оборота. Состав общего времени оборота оборотных средств. Факторы, замедляющие оборот оборотных средств. Пути ускорения оборачиваемости оборотных средств.

Тема 7. Трудовые ресурсы

Качественная характеристика персонала организации. Количественная характеристика персонала организации. Показатели списочной, явочной и среднесписочной численности работников: расчёт, назначение. Показатели интенсивности изменений в составе работающих: коэффициент оборота по приёму, по увольнению, коэффициент текучести и постоянства рабочих кадров. Определение потребной (нормативной) численности работающих по категориям персонала. Рабочее время и время отдыха: состав, продолжительность, нормативные документы. Правовое регулирование трудовых отношений по организации труда. Фонд рабочего времени: календарный, номинальный, полезный. Баланс рабочего времени. Сущность производительности труда. Индивидуальная производительность труда и производительность общественного труда. Показатели оценки производительности труда: выработка, трудоёмкость, порядок их расчёта и экономический смысл. Нормативная и фактическая трудоёмкость. Факторы и резервы роста производительности труда в организации.

Тема 8. Финансовые ресурсы

Понятие финансовых ресурсов: поток финансовых средств, финансы как ресурс. Взаимосвязь финансовых ресурсов с основными и оборотными средствами. Формирование финансовых ресурсов организации. Использование финансовых ресурсов. Классификация источников финансирования деятельности организации: внутренние и внешние, собственные и заёмные. Оценка величины финансового рычага организации. Ограниченность финансовых ресурсов и задачи финансового менеджмента в организации.

РАЗДЕЛ 3. ПЛАНИРОВАНИЕ И МОТИВАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Тема 9. Планирование деятельности организации

Сущность и задачи планирования. Планирование как важнейшая функция менеджмента. Основные принципы планирования: единства, непрерывности, гибкости, точности, научности, обоснованности целей, ориентированности на конечный результат. Методы разработки планов. Классификация планов. Повышение роли стратегического планирования в условиях нестабильной внешней среды. Сущность стратегического планирования его роль в преодолении кризисных ситуаций. Бизнес-план как инструмент стратегического планирования. Цели, задачи и функции бизнес-плана. Исходные данные бизнес-планирования. Организация разработки бизнес-плана. Состав и структура бизнес-плана. Содержание основных разделов бизнес-плана. Оценка опасностей и рисков в бизнес-планировании.

Тема 10. Мотивация и оплата труда работников организации

Сущность, содержание и структура мотивации. Потребности. Мотив. Мотивационная структура человека. Стимулы. Процесс стимулирования. Внутренняя и внешняя мотивация. Мотивационный процесс. Современные теории мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Материальное стимулирование труда. Принципы организации оплаты труда и нормативные документы, регулирующие оплату труда в организации. Функции заработной платы. Государственное регулирование оплаты труда. Номинальная и реальная заработная плата. Правовое регулирование трудовых отношений по материальной ответственности работодателей и работников в сфере труда. Сущность та-

рифной системы оплаты труда. Элементы тарифной системы. Бестарифные системы оплаты труда и сферы их применения. Формы оплаты труда: сдельная, повременная. Их сущность и условия применения. Системы сдельной формы оплаты труда: прямая сдельная, сдельно-премиальная, сдельно-прогрессивная, косвенно-сдельная, аккордная и коллективная сдельная системы оплаты труда. Системы повременной оплаты труда: простая повременная, повременно-премиальная, окладная, контрактная. Организация оплаты труда по категориям персонала. Планирование фонда оплаты труда. Основной и дополнительный фонды оплаты труда. Тарифная и надтарифная части основного фонда оплаты труда. Стимулирующие и компенсационные выплаты. Способы расчёта планового фонда оплаты труда. Расчёт планового фонда оплаты труда по категориям персонала.

Тема 11. Основы нормирования труда работников организации

Сущность и задачи нормирования труда. Задачи установления количества и качества труда. Понятие норм труда: норм времени, норм выработки, норм обслуживания, норм численности, норм управляемости. Методы нормирования труда. Сущность аналитического метода нормирования труда. Изучение затрат рабочего времени. Структура рабочего времени. Фотография рабочего дня и хронометраж.

РАЗДЕЛ 4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Тема 12. Оценка расходов деятельности организации

Содержание понятий «издержки производства», «издержки обращения», «себестоимость продукции», «текущие расходы». Два альтернативных подхода к оценке расходов: бухгалтерский и экономический. Классификация расходов организации. Условия признания расходов. Группировка текущих расходов по экономическим элементам. Материалоёмкие, трудоёмкие и фондоемкие отрасли. Группировка текущих расходов по калькуляционным статьям себестоимости. Основные задачи учёта и калькулирования себестоимости продукции. Разделение затрат на прямые и косвенные, на переменные и постоянные. Структура себестоимости продукции и ее особенности в организациях различных отраслей экономики. Состав и структура издержек обращения. Факторы, влияющие на снижение издержек производства и издержек обращения. Планирование издержек в организации.

Тема 13. Налогообложение деятельности организации

Понятие налога, налоговой системы. Элементы налогообложения. Содержание понятий «налоговая база», «объект налогообложения», «налоговая ставка». Функции налогов: распределительная, фискальная, контрольная. Основные принципы формирования налоговой политики. Классификация налогов по субъектам власти, методам установления, источникам выплат, способам изъятия. Системы (режимы) налогообложения коммерческой деятельности в РФ: общая, специальные для малого и среднего бизнеса, для отдельных видов экономической деятельности. Характеристика прямых налогов: налога на прибыль, налога на имущество, страховых взносов в государственные внебюджетные фонды, транспортного налога, земельного налога. Характеристика косвенных налогов и сборов: налога на добавленную стоимость, акцизов, таможенных пошлин. Специальные системы налогообложения. Упрощённая система налогообложения (УСН): добровольный характер применения УСН, налогоплательщики, право перехода и условия применения УСН, объекты налогообложения, ставки налога. Налоговая нагрузка организации при разных системах налогообложения.

Тема 14. Продукция организации, ее конкурентоспособность

Основные виды результатов деятельности организации: продукция, услуги, работы, их основные черты. Перечень дополнительных результатов деятельности организации.

Инфраструктура организации. Натуральные и стоимостные показатели объемов производства и реализации продукции. Взаимосвязь показателей. Достоинства и недостатки использования тех или иных показателей. Оценка выполнения плана по объемам производства и реализации продукции. Характеристика общих стоимостных показателей объема продукции. Производные показатели (коэффициенты) хозяйственной деятельности предприятия. Производственная программа предприятия: понятие, составные элементы, принципы формирования. Методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров для планирования производственной программы и разработки товарной политики. Оценка выполнения производственной программы. Понятие и показатели качества продукции. Технический уровень продукции, конкурентоспособность товара. Признаки классификации показателей качества. Планирование качества продукции. Управление качеством продукции. Современные подходы к стратегии управления качеством. Качество и конкурентоспособность. Стандартизация продукции. Сертификация продукции, цели сертификации. Правовое регулирование качества продукции.

Тема 15. Цены и ценообразование

Сущность и виды цен. Международная практика формирования цен, особенности ценообразования. Факторы ценообразования (экономические, психологические). Регулируемые и свободные цены в РФ. Методы ценообразования. Выбор стратегии ценообразования. Структура товарных рынков и цены. Ценовая и неценовая конкуренция на товарном рынке. Ценовая политика как важный элемент маркетинговой стратегии организации.

Тема 16. Финансовые результаты и оценка эффективности деятельности организации

Определение понятия «доходы организации». Классификация доходов организации. Различие доходов для целей бухгалтерского учёта и для целей налогообложения. Виды доходов организации: доходы от обычных видов деятельности и прочие доходы. Факторы, влияющие на доходы организации. Прибыль как основной финансовый результат деятельности организации. Виды прибыли и порядок их расчёта: валовая прибыль, прибыль от продаж, балансовая прибыль, налогооблагаемая, чистая. Эффект операционного рычага. Анализ безубыточности производства. Экономическая сущность понятия «рентабельность». Показатели рентабельности и методика их расчёта: рентабельность продукции, рентабельность продаж, рентабельность производства, рентабельность основных фондов, рентабельность активов. Методологические проблемы адекватной оценки уровня рентабельности деятельности организации в международной практике. Учёт и анализ деятельности организации. Содержание, цели и виды учета и отчетности организации: по видам учета (оперативному, статистическому, бухгалтерскому учету, управленческому и налоговому); по видам отчетности организации (бухгалтерской, статистической, финансовой, налоговой).

Маркетинг

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ, ПРИНЦИПЫ И ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА

Тема 1. Современная концепция маркетинга

Понятие маркетинга. Маркетинговый подход к управлению организацией. Понятие рыночной ориентации организации. Виды спроса и соответствующие им типы маркетинга. Маркетинговые цели. Маркетинговые задачи. Современные принципы маркетинга. Функции маркетинга. Производственная концепция маркетинга. Товарная концепция маркетинга. Сбытовая концепция маркетинга. Концепция традиционного маркетинга. Концепция социально-этического маркетинга. Концепция маркетинга взаимодействия.

Тема 2. Маркетинговая среда

Понятие микросреды маркетинга. Взаимодействие службы маркетинга с другими подразделениями организации. Поставщики. Потребители. Конкуренты. Маркетинговые посредники. Контактные аудитории. Влияющие лица. Инструменты воздействия на микроокружение. Понятие макросреды. Демографические факторы. Экономические факторы. Политико-правовые факторы. Научно-технические факторы. Социально-культурные факторы. Взаимосвязь факторов. Сложность среды. Подвижность среды. Неопределенность среды.

РАЗДЕЛ 2. ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Тема 3. Поведение покупателей

Потребительский рынок. Понятия нужды и потребности. Модель покупательского поведения. Факторы, влияющие на совершение покупки. Процесс принятия решения о покупке. Принятие решения о покупке товара-новинки. Деловой рынок. Особенности делового рынка. Типы деловых закупок. Процесс принятия решения о закупках на деловом рынке. Рынок промежуточных продавцов. Конкурсные торги.

Тема 4. Маркетинговая информационная система

Понятие маркетинговой информационной системы. Базы данных. Система поддержки маркетинговых решений. Процесс и проект маркетингового исследования. Поиск исследование. Описательное исследование. Каузальное исследование. Источники вторичной маркетинговой информации. Стандартизированная маркетинговая информация. Аудит розничной торговли. Исследовательская панель. Виды панелей. Системы сканирования. Системы данных из одного источника.

Тема 5. Методы сбора и анализа данных

Методы качественных исследований. Глубинные интервью. Фокус-группы. Проекционные техники. Методы наблюдения. Преимущества и недостатки качественных методов и методов наблюдения. Методы опроса. Условия эффективного проведения опроса. Личные интервью. Телефонный опрос. Почтовый опрос. Эксперимент. Лабораторные и полевые эксперименты. Угрозы внутренней и внешней достоверности эксперимента. Виды моделей эксперимента. Понятие отношения, его компоненты. Виды шкал, используемых для измерения отношений. Разработка анкеты. Форматы вопросов. Порядок вопросов и планировка анкеты. Тестирование анкеты. Методы формирования выборки. Определение размера выборки. Анализ и прогнозирование данных. Преобразование данных. Виды статистического анализа данных. Методы прогнозирования.

Тема 6. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара

Понятие целевого маркетинга. Преимущества сегментирования. Требования к сегментам. Макросегментационный анализ. Определение базового рынка. Построение сетки сегментирования. Стратегии охвата рынка. Микросегментационный анализ. Социально-демографическое сегментирование. Сегментирование по выгодам. Поведенческое сегментирование. Сегментирование по образу жизни. Особенности сегментирования делового рынка. Выбор целевых сегментов. Критерии выбора сегментов. Понятие потенциала рынка. Абсолютный и текущий потенциал рынка. Методы оценки емкости рынка. Позиционирование. Дифференцирование. Направления рыночной дифференциации. Карта-схема позиционирования. Стратегии позиционирования. Процесс позиционирования с использованием развертывания функции качества. Анализ эффективности стратегии позиционирования. Стратегии, используемые для наступления и защиты конкурентной позиции.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Тема 7. Стратегическое маркетинговое планирование

Роль стратегического маркетингового планирования. Структура и содержание стратегического маркетингового плана. Разработка корпоративной стратегии. Миссия организации. Понятие стратегической бизнес-единицы. Признаки выделения стратегических бизнес-единиц. Анализ хозяйственного портфеля. Матрица BCG «Рост рынка – доля рынка». Матрица GE-McKinsey «Привлекательность рынка – конкурентные позиции». Планирование нового бизнеса. Стратегические альтернативы в матрице И. Ансоффа «Продукт – рынок». Разработка деловой стратегии. SWOT-анализ. Определение целей бизнес-единицы. Базовые конкурентные стратегии по М. Портеру. Конкурентные стратегии по Ф. Котлеру. Стратегия маркетинга. План маркетинга, его структура и содержание.

Тема 8. Организация маркетинговой деятельности

Тенденции развития организационных структур. Способы организации службы маркетинга. Функциональная организационная структура службы маркетинга. Продуктовая структура. Региональная (географическая) структура. Рыночная (ориентированная на потребителя) структура. Функционально-товарная структура. Штабная структура. Матричная структура. Сетевая структура. Корпоративная структура. Взаимосвязь службы маркетинга с другими подразделениями организации.

Тема 9. Контроль маркетинга

Контроль годовых планов. Анализ сбыта. Анализ доли рынка. Анализ соотношения затраты/объем продаж. Финансовый анализ. Оценочный анализ: оценка по покупателям, оценка по акционерам. Контроль прибыльности. Контроль эффективности. Стратегический контроль. Методика оценки эффективности маркетинга. Маркетинговый аудит. Характеристики маркетингового аудита. Бенчмаркинг.

РАЗДЕЛ 4. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Тема 10. Товар и товарная политика

Понятие товара в маркетинге. Уровни товара. Основные виды классификации товаров. Решения об использовании марок. Подходы к присвоению марочных названий. Решения об упаковке и маркировке. Решения относительно услуг для клиентов. Решения относительно товарного ассортимента. Расширение ассортимента. Насыщение ассортимента. Нарращивание ассортимента. Решения относительно номенклатуры. Характеристики номенклатуры. Концепция жизненного цикла спроса. Маркетинговая тактика на различных стадиях жизненного цикла товара. Политика в области нового товара. Роль инноваций. Типология инноваций. Степень новизны для организации. Источники инноваций. Организация процесса разработки новых товаров. Подходы к разработке товара.

Тема 11. Ценообразование в маркетинге

Этапы процесса установления цены на товар. Цели ценообразования. Методы ценообразования на основе издержек. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Ценовая чувствительность. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию. Ценовые стратегии для новых товаров. Ценообразование в рамках продуктовой линии. Стратегические подходы к ценообразованию. Необходимость изменения цен.

Тема 12. Каналы распределения и товародвижение

Экономическая роль каналов сбыта. Структуры каналов сбыта. Интенсивный сбыт. Селективный сбыт. Эксклюзивный сбыт. Типы каналов распределения. Методы обеспечения сотрудничества внутри каналов. Аудит посредников. Критерии выбора торгового по-

средника. Логистика физического распределения товара. Розничная торговля. Классификация розничной торговли по формам собственности. Классификация розничной торговли по структуре стратегии. Оптовая торговля. Функции оптовой торговли. Категории организаций оптовой деятельности. Современные тенденции в сфере распределения.

Тема 13. Маркетинговые коммуникации

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Личная продажа. Цели и задачи торгового персонала. Организация торгового персонала. Определение численности торгового персонала. Рекламная коммуникация. Разработка рекламного обращения. Медиа-планирование. Критерии выбора средств распространения рекламы. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности. Стимулирование сбыта. Цели стимулирования сбыта. Методы стимулирования сбыта. Паблик рилейшнз (связи с общественностью). Цели и методы PR. Имидж и фирменный стиль коммерческой организации. BTL маркетинг.

6. Образец фонда оценочных средств

Задание с единичным выбором:

1. Монополистическая конкуренция существует на рынке, когда ...
- а) продается товар, у которого нет близких заменителей
 - б) единственный продавец диктует рынку цены
 - в) несколько продавцов контролируют все предложение
 - г) на рынке много дифференцированных товаров

Задание с множественным выбором:

2. К организационно-правовым формам коммерческих организаций относятся:
- а) публичные акционерные общества
 - б) общества с ограниченной ответственностью
 - в) фонды
 - г) объединения организаций

Задание на соответствие:

3. Установите соответствие между названием показателя и формулой для его расчета:

Название показателя

- 1) Фондоотдача
- 2) Фондовооруженность труда
- 3) Рентабельность продаж
- 4) Выработка

Формула для расчета

- а. $\text{Выручка от продаж за год} / (\text{Среднегодовая стоимость основных фондов})$
- б. $\text{Среднегодовая стоимость основных фондов} / (\text{Среднесписочная численность работающих})$
- в. $\text{Прибыль от продаж за год} / (\text{Выручка от продаж за год}) \times 100\%$
- г. $\text{Выручка от продаж за год} / (\text{Среднесписочная численность работающих})$

Задание на решение задачи:

Уровень проникновения марки А составил 60%, процент повторных покупок – 45%, уровень интенсивности покупок – 0,9. Как можно оценить долю рынка марки А?

- а. 24,3%
- б. 27%
- в. 40,5%
- г. 54%

7. Ключ к образцу фонда оценочных средств

Задание с единичным выбором:

1) г

Задание с множественным выбором:

2) а, б

Задание на соответствие:

3) 1- а; 2 – б; 3 – в; 4 – г.

Задание на решение задачи:

4) а. Решение: $0,6 \times 0,45 \times 0,9 \times 100\% = 24,3\%$

8. Рекомендуемая литература

1) Борисовская, Т. А. Микроэкономика. Макроэкономика : учеб. для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Экономика", "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / Т. А. Борисовская, М. З. Ильчиков ; ред. В. Д. Камаев. - М. : КноРус, 2016. - 382 с. : ил. ; 22 см. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 381-382. - ISBN 978-5-406-02882-7.

2) Маховикова, Г. А. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / Г. А. Маховикова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 281 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00984-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468678>

3) Розанова, Н. М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов в 2 т. Том 1 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03390-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490766>

4) Розанова, Н. М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов в 2 т. Том 2 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 414 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03392-2. 13 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490767>

5) Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для вузов / В. В. Коршунов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16408-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559844>.

6) Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16833-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564019>.

7) Экономика организации : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14485-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560837>.

8) Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 508 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16698-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560492>.

9) Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489564>

- 10) Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. - Санкт-Петербург : Питер, 2018. - 848 с. - ISBN 978-5-4461-0422-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/340124/reading>
- 11) Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489446>
- 12) Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489346>

9. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- 1) Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/library/> – публикации по экономике, финансам, менеджменту, маркетингу. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.
- 2) Информационно-правовое обеспечение Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/> .
- 3) Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

10. Разработчики программы вступительного испытания

Кореньяк Н. Н., доцент кафедры экономики и торговой политики Международного института экономики и лингвистики ИГУ, кандидат экономических наук.

Малетина Т. А., доцент кафедры экономики и торговой политики Международного института экономики и лингвистики ИГУ, кандидат экономических наук.

Мартынихин В. В., доцент кафедры социально-экономических и математических дисциплин Международного института экономики и лингвистики ИГУ, кандидат экономических наук.

Данная программа соответствует методическим рекомендациями «О порядке разработки и требованиях к структуре, содержанию и оформлению программ вступительных испытаний» (с изменениями и дополнениями)