

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

«Утверждаю»

Проректор по научной работе

_____ П.В. Прудников

«_____» _____ 2022 г.

**Программа вступительного испытания
в аспирантуру по специальности**

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

Омск
2022

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

В зависимости от сферы научных интересов, соискатель информирует экзаменационную комиссию о выборе одного из трех предлагаемых блоков вопросов, по которому будет проходить вступительное испытание:

- Экономика промышленности;
- Экономика народонаселения и экономика труда;
- Маркетинг.

Экзаменационный билет включает два вопроса по выбранному абитуриентом блоку вопросов.

Время на подготовку ответа – 1 час.

Вступительное испытание проводится в устной форме. После ответов абитуриентов на вопросы билета члены экзаменационной комиссии задают дополнительные и уточняющие вопросы по билету.

СОДЕРЖАНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Блок 1. Экономика промышленности

1. Теория функционирования промышленных комплексов

Формирование и эволюция современной экономической мысли. Основные экономические школы. Экономическая структура общественного производства. Отраслевая структура экономики. Экономические агенты (рыночные и нерыночные). Основные задачи экономики. Собственность и хозяйствование: формы собственности; структура прав, согласование обязанностей. Экономические интересы, цели и средства. Совершенствование отношений собственности, хозяйственного и правового механизма. Механизмы изменения форм собственности (приватизация, национализация, интеграция, демонополизация и др.).

2. Теории экономического роста и циклы экономической активности

Факторы экономического развития. Типы экономических систем, их особенности. Экономические ограничения: граница производственных возможностей, компромисс общества между эффективностью и равенством, компромисс индивида между потреблением и досугом. Экономические риски и неопределенность; проблема выбора оптимального решения. Альтернативная стоимость. Вклад российских ученых в развитие мировой экономической мысли: особенности развития экономической науки в России. Методологические проблемы экономики промышленности как науки.

3. Макроэкономические факторы развития промышленности

Общественное воспроизводство, резидентные и нерезидентные институциональные единицы. Основные макроэкономические регуляторы и показатели. Модели потребления, сбережения, инвестиции (валовые и чистые). Инфляция и безработица. Межотраслевой баланс. Мультипликаторы в экономике.

4. Системы государственного регулирования экономики

Промышленная политика. Механизмы государственной поддержки промышленности России. Инструменты формирования инвестиционной инфраструктуры экономики. Методологические и методические подходы к оценке эффективности национальных, отраслевых и региональных программ развития экономики и управления предприятиями и комплексами промышленности. Сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства.

5. Методология и методические проблемы разработки концепций развития отраслей и межотраслевых комплексов

Теоретические и методологические основы эффективности развития предприятий, отраслей и комплексов промышленности. Амортизационная политика государства в сфере

промышленного производства. Формирование механизмов устойчивого развития промышленных отраслей и комплексов. Гармонизация промышленной и торговой политики с учетом экономической безопасности. Состояние и основные направления инвестиционной политики в промышленных комплексах страны (топливно-энергетическом, машиностроительном, металлургическом комплексах, химическом и др.).

6. Теоретико-методологические основы функционирования промышленных систем

Микроэкономика как наука о принципах экономического поведения и правилах принятия оптимальных решений на уровне основных звеньев промышленности. Понятие предприятия в современных условиях, классификация. Организационно-правовые формы предприятий. Внешняя и внутренняя среда развития предприятий. Рынок и его основные инструменты. Типология рынков.

7. Концепция потребительского выбора

Функция полезности: сущность, способы описания. Кривые безразличия и их свойства. Предельная норма замещения. Потребительское равновесие. Эффект дохода и эффект замещения в теории потребительского выбора. Закон предложения, закон спроса, равновесие, рынок, равновесная цена; излишки потребителя и производителя, теории поведения потребителя и производителя (предприятия). Производственная функция, факторы производства, рабочая сила, физический капитал.

8. Конкуренция

Совершенная конкуренция: признаки и условия. Предельная выручка и спрос на продукцию. Правило принятия оптимальных экономических решений: теоретическое обоснование и графический анализ. Оптимальные решения совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Условия долгосрочного равновесия при совершенной конкуренции: для отрасли, для фирмы. Общие признаки несовершенной конкуренции. Монополистическая конкуренция: сущность, условия кратко- и долгосрочного равновесия монополично-конкурентной фирмы. Сравнительный анализ долгосрочного равновесия в условиях совершенной конкуренции, несовершенной конкуренции и монополии.

9. Спрос и предложение ресурсов

Сущность, закономерности формирования. Рынки ресурсов в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Рынок капитала: спрос на инвестиции и предложение инвестиционных ресурсов. Рынки факторов производства, рента, заработная плата;

10. Теоретические принципы и практика ценообразования на промышленную продукцию

Механизм функционирования отраслевых и межотраслевых рынков промышленной продукции. Развитие системы внутрифирменных экономических отношений.

11. Теоретико-методологические концепции институциональных преобразований в промышленности

Институциональные преобразования в промышленности с учетом требований рынка и глобализации мировой экономики. Функционирование промышленных товарных рынков с ограниченной и развитой конкуренцией в условиях глобализации мировой экономики и свободной торговли.

12. Экономико-правовые аспекты управления структурными преобразованиями в промышленности

Место и роль государства в развитии интеграционных процессов в промышленности. Государственное управление структурными преобразованиями в промышленности. Регулирование и управление деятельностью естественных монополий. Методологические и методические подходы к оценке эффективности структурных преобразований в промышленности.

13. Процессы корпоратизации в основных отраслях промышленности

Совершенствование организационно-правовых форм хозяйствования в корпоративных образованиях. Формирование вертикально и горизонтально интегрированных хозяйственных

структур в промышленности. Формы и способы формирования корпоративных образований в российской экономике с учетом глобализации мировой экономики. Финансово-промышленные группы: цели и задачи создания, особенности управления.

14. Методологические и методические вопросы прогнозирования развития промышленных комплексов страны

Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей, комплексов, предприятий. Проблема организации межотраслевых связей в промышленности. Организационно-экономические аспекты формирования и управления территориально производственными комплексами. Проблемы реструктуризации отраслей и предприятий промышленности.

15. Закономерности и тенденции развития международных связей в промышленности

Международное разделение труда и экономическая интеграция в промышленности. Организация и управление международным бизнесом в промышленности. Внешнеэкономические связи промышленных предприятий в условиях либерализации и глобализации бизнеса. Организационно-экономические аспекты диверсификации промышленного производства. Проблемы международного сотрудничества предприятий промышленности. Организационно-экономические аспекты развития промышленности в свободных экономических зонах в России.

16. Организационно-экономические аспекты межрегиональной и внутрирегиональной кооперации в промышленности

Разработка принципов формирования и развития регионального промышленного комплекса. Оценка влияния региональной инфраструктуры на экономику промышленных предприятий. Условия и инструменты создания транснациональных корпораций, механизмы их адаптации к российским условиям.

17. Теоретико-методологические концепции организации производственных процессов в промышленности

Формирование и оптимизация производственной структуры промышленного предприятия. Организация производственных процессов. Производственный эколого-ориентированный менеджмент предприятий. Концентрация промышленного производства: сущность, условия и факторы эффективности. Особенности концентрации промышленного производства в современных условиях. Формы специализации, кооперирования и комбинирования в промышленности.

18. Методические подходы к обоснованию размещения промышленного производства

Проблемы технического перевооружения, реконструкции и модернизации предприятий промышленности. Организация и регулирование рыночной инфраструктуры промышленного производства. Организационно-экономические проблемы функционирования вспомогательных производств и обслуживающих хозяйств на предприятиях. Проблемы материально-технического обеспечения в промышленности.

19. Организационно-экономический механизм освоения производственных нововведений

Организационно-экономические проблемы производства наукоемкой продукции. Организация экономической безопасности предприятия. Управление конверсионными процессами в промышленности.

20. Теоретические и методологические принципы формирования систем менеджмента

Природа управления и исторические тенденции его развития. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в истории менеджмента. Общая теория управления. Закономерности управления различными системами. Управление социально-экономическими системами (организациями). Методологические основы

менеджмента. Природа и состав функций менеджмента. Стратегический и оперативный менеджмент. Инфраструктура менеджмента. Интеграционные процессы в менеджменте

21. Организационные отношения в системе менеджмента

Формы организации системы менеджмента. Мотивация деятельности в менеджменте; социофакторы и этика менеджмента. Факторы эффективности менеджмента. Разнообразие моделей менеджмента; влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента. Развитие теории и практики управления в России; перспективы российского менеджмента.

22. Организация и исследование систем управления промышленными системами.

Теория организации и ее место в системе научных знаний. Промышленная организация как система. Законы организации и функционирования промышленных систем (предприятий, отраслей комплексов. Проектирование организационных систем.

23. Организация управления в условиях формирования цифровой экономики

Законодательная и нормативно-правовая база организации управления промышленными системами (предприятием, корпорацией, отраслью, комплексом). Понятие и виды организационных структур управления (ОСУ) промышленным производством. Тенденции развития ОСУ. Анализ и проектирование организационных структур управления. Методология анализа микро- и макросреды предприятий (комплексов, отраслей).

24. Теоретико-методологические основы стратегического планирования

Топология стратегического планирования. Технология стратегического планирования. Стратегическая сегментация внешней и внутренней среды фирмы. Выделение стратегических зон хозяйствования (СЗХ). Оценка привлекательности СЗХ. Методология формирования стратегических целей.

25. Теория конкурентного преимущества в системе стратегического менеджмента

Движущие силы рынка и конкуренции. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы. Детерминанты конкурентного преимущества промышленного производства. Жизненный цикл конкурентного преимущества предприятия. Современные стратегии предприятий основных промышленных комплексов России.

26. Корпоративный менеджмент в промышленных системах

Цели, задачи и особенности управления корпоративными структурами в промышленности. Функциональная и топологическая структура корпоративного менеджмента. Законодательные основы корпоративной деятельности. Современные подходы к оценке качества корпоративного управления.

27. Основные типы корпораций

Характерные особенности концернов. Роль и место стратегических альянсов в промышленности. Транснациональные корпорации: сущность, основы деятельности, организация управления. Экономическое зонирование в системе корпоративного управления. Виды и особенности центров экономической ответственности в корпорациях. Теоретико-методологические принципы формирования и функционирования корпораций: отечественный и зарубежный опыт.

28. Антикризисное управление промышленными системами

Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии. Разновидности кризисов. Особенности и виды экономических кризисов. Необходимость в антикризисном управлении. Механизмы антикризисного управления. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Диагностика банкротства. Прогнозирование вероятности банкротства: модели, технология. Стратегия и тактика антикризисного управления. Санация предприятий.

29. Инновации и механизмы повышения антикризисной устойчивости

Управление рисками в деятельности промышленных систем. Инвестиционная политика в антикризисном управлении промышленным предприятием. Человеческий фактор в системе антикризисного управления.

30. Стратегическое управление развитием промышленных систем

Стратегические проблемы развития производства в промышленности. Стратегический потенциал и стратегические ресурсы предприятий. Функциональная и топологическая структура стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг. Стратегия и техническая политика предприятия. Стратегия внешнеэкономической деятельности. Стратегия и организационная структура; проектирование стратегически ориентированных систем управления.

31. Системы контроллинга в промышленных системах

Модели формирования издержек в финансовом и управленческом учете. Системы калькулирования и анализа себестоимости; особенности учета налоговых и приравненных к ним издержек на промышленном предприятии. Взаимосвязь управленческого учета и анализа. Основные методы экономического анализа. Система показателей оценки финансового состояния предприятия. Модели финансово-экономического анализа. Критерии оценки финансового состояния промышленного предприятия. Особенности межфирменного и межотраслевого анализа.

32. Внутрифирменное планирование

Сущность и роль внутрифирменного планирования в системе управления предприятиями (корпорациями, отраслями, комплексами). Теоретические и методологические основы внутрифирменного планирования. Система планов промышленного предприятия. Структура, характеристика и особенности отдельных видов внутрифирменного плана. Система долгосрочного и краткосрочного планирования деятельности предприятия: цели, показатели, процедура планирования. Особенности внутрифирменного планирования в вертикально интегрированных промышленных структурах (корпорациях). Планирование деятельности ФПГ: концепции, методология, оценка эффективности.

33. Методы формирования ассортиментной и товарной политики предприятия

Особенности планирования и учета выпуска и реализации продукции предприятия. Современные системы планирования себестоимости продукции. Состав, порядок и методика разработки плановой калькуляции себестоимости продукции.

34. Управление внешнеэкономической деятельностью промышленных предприятий (отраслей, комплексов)

Международное движение товаров, услуг и факторов производства. Современные тенденции изменения конкурентоспособности. Роль и место России в системе мирового рынка. Сущность международной интеграции. Формы международной кооперации и перелива капиталов в промышленности.

35. Основные направления развития внешнеэкономических связей в промышленности России.

Роль государства в регулировании внешнеэкономической деятельности. Методы государственного регулирования ВЭД. Организационные методы. Таможенная политика России и средства ее осуществления. Таможенно-тарифные методы регулирования ВЭД. Экономические методы. Виды внешнеэкономической деятельности. Особенности международной торговли товарами, услугами, изобретениями и ноу-хау.

36. Международное научно-техническое и производственное сотрудничество.

Прямые производственные и научно-производственные связи. Совместное предпринимательство. Условия работы совместных предприятий на территории России. Структура совместных предприятий и последовательность его создания. Технико-экономическое обоснование создания предприятий с иностранными инвестициями.

Блок 2. Экономика народонаселения и экономика труда

1. Производительность труда

Понятие производительности труда. Производительность, производительная сила, интенсивность, эффективность труда. Условия, факторы и резервы роста производительности труда.

Измерение уровня и динамики производительности труда. Факторы, обуславливающие выбор метода. Анализ и управление производительностью труда.

2. Заработная плата

Понятие заработной платы. Постоянная и переменная заработная плата. Тарифная система. Грейлинг.

Премиальные системы. Показатели, условия премирования, круг премируемых работников, шкала и размер премии, периодичность и источники премирования. Методы определения размера премии.

Особенности индивидуального и коллективного премирования.

3. Формы и системы заработной платы

Понятие форм и систем заработной платы. Классификация систем заработной платы по способу измерения труда, количеству учитываемых факторов, форме оценки результатов труда, отношению к деятельности работника.

Сдельные системы заработной платы: прямая, сдельно-премиальная, косвенно-сдельная, сдельно-прогрессивная, аккордная. Характеристика и сфера применения.

Повременные системы заработной платы: простая, повременно-премиальная, повременно-премиальная с выдачей нормированных заданий. Характеристика и сфера применения.

4. Планирование численности персонала

Понятие, виды и общая последовательность планирования численности персонала.

Планирование численности рабочих по трудоемкости, нормам выработки, нормам численности и обслуживания, рабочим местам.

Планирование численности служащих по трудоемкости и нормативам численности.

Дополнительная потребность в персонале.

Основные направления анализа и оптимизации численности персонала.

5. Внутрифирменный рынок труда

Понятие внутрифирменного рынка труда и причины его обособления.

Особенности функционирования внутрифирменных рынков труда. Входные порты, карьерные лестницы, стабильность занятости, механизмы формирования заработной платы.

Проблема принципала-агента на внутрифирменном рынке труда. Имплицитные контракты. Эффективная заработная плата. Сравнительные преимущества сильных и слабых внутрифирменных рынков.

6. Спрос и предложение на рынке труда

Понятия трудовых ресурсов и рабочей силы. Простая модель предложения труда. Эффект дохода и эффект замещения. Влияние социальных программ на предложение труда.

Простая модель спроса на труд. Эффект масштаба и эффект замещения. Спрос на труд в краткосрочном и долгосрочном периоде. Прямая и перекрестная эластичность спроса на труд. Законы производного спроса. Квазипостоянные издержки и спрос на труд.

7. Рынок труда

Понятие, структура, механизм функционирования рынка труда. Особенности функционирования рынка труда в условиях монополии профсоюза, монополии, олигополии, монополии на рынке продукта.

Субъекты регулирования рынка труда. Уровни и методы регулирования рынка труда.

Инфраструктура рынка труда. Служба занятости. Негосударственные кадровые агентства на рынке труда.

8. Безработица. Активная и пассивная политика на рынке труда

Понятие безработицы. Общая и регистрируемая безработица. Типы безработицы. Уровень, продолжительность и распространенность безработицы. Напряженность рынка труда. Статус безработного. Социально-экономические последствия безработицы. Основные направления активной и пассивной политики на рынке труда. Пособия по безработице: принципы установления.

9. Человеческий капитал

Понятие человеческого капитала. Особенности человеческого капитала и его роль в современной экономике. Модель отдачи на инвестиции в человеческий капитал. Факторы, определяющие спрос работника и фирмы на человеческий капитал. Инвестиции фирмы в человеческий капитал. Эффективность вложений в человеческий капитал для общества.

10. Социальное партнерство

Социальное партнерство как тип социально-трудовых отношений. Условия возникновения социального партнерства: сравнительный анализ теоретических подходов. Субъекты, функции, принципы и формы социального партнерства.

Уровни социального партнерства. Содержание и порядок заключения коллективных договоров и соглашений. Особенности социального партнерства в РФ.

11. Уровень жизни населения

Понятие уровня жизни. Показатели уровня жизни: объем и структура потребления, степень удовлетворения потребностей, реальные доходы и заработная плата, продолжительность жизни, младенческая смертность, уровень образования, занятость. Абсолютная и относительная бедность. Причины существования и социально-экономические последствия. Проблемы международного сравнения уровня жизни населения.

12. Доходы населения

Система понятий и показателей, характеризующих доходы населения. Структура доходов населения. Дифференциация доходов и различия в структуре потребления. Баланс доходов и расходов населения. Цели и задачи регулирования доходов и заработной платы. Уровни и границы регулирования. Прямые и косвенные методы регулирования (бюджетные, налоговые, ценовые). Минимальный размер оплаты труда, прожиточный минимум, минимальный потребительский бюджет, рациональный потребительский бюджет.

13. Внутрипроизводственное разделение труда: сущность, формы и границы

Понятие разделения труда. Его виды: общее, частное, единичное. Формы единичного разделения труда: технологическая, функциональная, профессиональная, квалификационная. Значение и недостатки разделения труда. Границы разделения труда: технологическая, психофизиологическая, социальная и экономическая.

14. Организация рабочего места

Общие требования к организации рабочих мест: технические, организационные, экономические и социально-психологические. Элементы организации рабочего места: планировка, оснащение и обслуживание рабочего места. Внешняя и внутренняя планировка рабочих мест. Требования при планировке размещения средств и предметов труда в рабочей зоне. Элементы оснащения рабочих мест. Эргономические требования оснащения рабочих мест. Классификация функций обслуживания. Формы и способы организации обслуживания рабочих мест.

15. Условия труда

Понятия «производственной среды» и «условий труда». Основные группы условий труда. Характеристика санитарно-гигиенических, психофизиологических, социально-психологических условий труда. Анализ условий труда. Основные направления работы по совершенствованию условий труда. Оценка экономической эффективности мероприятий по улучшению условий труда. Вредные и опасные факторы труда: их определения и классификация. Классификация видов труда по тяжести. Категории тяжести труда. Классификация видов труда по условиям. Карта условий труда на рабочем месте. Аттестация и рационализация рабочих мест по условиям труда.

16. Проектирование рациональных режимов труда и отдыха

Понятие режима труда и отдыха и общие требования к его разработке. Кривая работоспособности в течение рабочей смены. Внутрисменный, недельный и годовой режим труда и отдыха. Графики сменности. Организация отдыха работников. Оценка эффективности внедряемых режимов труда и отдыха. Оценка тяжести труда и направления ее использования. Понятие условий труда.

17. Система управления персоналом: понятие, структура

Понятие управления персоналом. Сущность системного подхода в управлении персоналом. Стратегическая, содержательная и обеспечивающая подсистемы. Место управления персоналом в системе управления организацией. Цели и задачи системы. Взаимосвязи в управлении персоналом. Иерархия системы управления персоналом. системообразующие и частные функции управления персоналом.

18. Отбор персонала: сущность, этапы, процедуры

Сущность отбора и его роль в системе управления персоналом. Отбор персонала как подсистема. Отбор персонала как процесс. Описание рабочего места. Выбор ПВК. Источники найма. Методы оценки персонала при отборе.

19. Оценка персонала: сущность, функции, методы. Понятие и функции оценки. Оценка как функция, как процесс и как результат. Виды оценки персонала. Сущность и логика сквозной комплексной оценки. Оценка 360°. Современные технологии оценки персонала. Аттестация персонала: механизм, этапы, правовые основы.

20. Трудовые перемещения в организации

Сущность и объективная основа трудовых перемещений. Виды трудовых перемещений. Особенности карьерных перемещений. Работа с резервом как основа проведения трудовых перемещений. Виды резервов и порядок их формирования. Обучение резервистов.

1. Субъекты и объекты управления персоналом

Виды субъектов управления персоналом. Структура, функции и роль службы управления персоналом в организации. Аутсорсинг в управлении персоналом. Роль службы управления персоналом. Кадровые и рекрутинговые агентства и их роль в управлении персоналом. Виды объектов в управлении персоналом. Особенности управления персоналом в различных группах работников. Целевые объекты управления персоналом (результативность труда, трудовое поведение и отношение к труду).

2. Кадровая политика организации: сущность, структура, этапы разработок

Стратегия и политика в управлении персоналом. Организационная структура предприятия и персонала. Структура персонала организации. штатное расписание. Понятие кадровой политики. Виды кадровой политики. Этапы разработки кадровой политики. Процедуры разработки кадровой политики. Опыт разработки кадровой политики в организации.

3. Профессионально-важные качества и компетенции

Профессионально-важные качества как основа построения системы управления персоналом. Методы определения профессионально-важных качеств. Профессиограммы. Структура компетенций. Механизмы и способы использования профессионально-важных качеств и компетенций в системе управления персоналом.

4. Классификация и методы изучения затрат рабочего времени

Рабочее время и время использования оборудования. Классификация затрат рабочего времени. Цели и задачи изучения затрат рабочего времени. Фотография рабочего дня, хронометраж, метод моментных наблюдений.

5. Методы нормирования труда. Нормативные материалы в нормировании труда

Классификация методов и способов нормирования труда. Дифференцированный метод. Укрупненный, суммарный опытно-статистический методы. Недостатки суммарного опытно-статистического метода. Область применения. Особенности нормирования в условиях разных типов производства. Нормативы по труду, их назначение и классификация. Математические методы, применяемые для разработки нормативов.

6. Управление корпоративной культурой

Подходы к определению корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры. Субъекты и объекты управления. Основные направления по управлению корпоративной культурой: изменение, поддержание, формализация, формирование корпоративной культуры. Роль подсистем управления персоналом в управлении корпоративной культурой.

7. Программа социологического исследования. Сущность и назначение программы.

Методологический раздел программы. Методический раздел программы. Организационный

план исследования. Выборочная совокупность в социологическом исследовании. Требования, предъявляемые к выборке. Методы сбора социологической информации.

8. Трудовое поведение и отношение к труду

Труд, трудовая деятельность, трудовое поведение и трудовая активность. Сущность трудового поведения. Структура и виды трудового поведения.

Отношение к труду: сущность и структура. Факторы, определяющие отношение к труду.

Отношение к труду как к социальной ценности. Отношение к труду как к деятельности по профессии. Отношение к труду как к деятельности на конкретном рабочем месте.

Удовлетворенность трудом. Типология отношения к труду. Проблемы оценки отношения к труду.

9. Мотивационные теории и их применение

Классификация теорий трудовой мотивации: содержательные и процессуальные. Теория А. Маслоу. Двухфакторная модель Герцберга. Теория ожидания-валентности Врума. Теория положительного подкрепления Скиннера. Теория МакГрегора. Теория Мак Клеланда. Сравнительная характеристика теорий.

Особенности их применения в практике управления.

10. Детерминация и мотивация трудовой деятельности

Сущность детерминации. Стадии процесса детерминации трудовой деятельности. Потребности и их роль в процессе детерминации. Сущность интересов в детерминации трудовой деятельности. Место и роль стимулов в детерминации трудовой деятельности. Сущность, функции и роль мотивов в побуждении к труду. Объективное и субъективное в процессе детерминации.

11. Стимулы и стимулирование труда в управлении персоналом

Сущность и роль стимулов в процессе управления. Социологический подход к стимулированию труда. Классификации стимулов. Материальные и нематериальные стимулы. Структура заработной платы и стимулирующее влияние ее элементов. Виды нематериальных стимулов и особенности их применения на практике. Комплексная система стимулирования труда. Социологические требования к организации стимулирования труда.

12. Народонаселение как субъект и объект экономических отношений.

Закономерности развития демографических процессов. Теории народонаселения. Демографическая и социальная политика. Глобальные, страновые и региональные проблемы народонаселения в современном мире.

13. Экономическая демография: понятия, концепции, показатели.

Понятие и структура экономической демографии. Таблицы экономической и демографической активности. Демографические инвестиции. Экономико-демографические пирамиды. Программы и показатели исследования процессов экономической демографии.

14. Домашний труд и семейная экономика.

Понятие домохозяйства. Семейные решения в предложении труда. Выбор между работой на рынке труда, работой в домохозяйстве и досугом. Производство в домашнем хозяйстве. Специфика и проблемы развития домашнего труда и семейной экономики.

15. Проблемы социального обеспечения.

Социальное страхование и социальная защита населения. Типы и формы социального страхования и социального обеспечения. Фонд социального страхования, Пенсионный фонд, фонд обязательного социального страхования. Современные проблемы и направления развития системы социального обеспечения. Пенсионная система и перспективы её развития.

Блок 3. Маркетинг

1. Теоретические подходы к пониманию сущности маркетинга и их эволюция

Роль маркетинга в обеспечении конкурентных преимуществ. Основные концепции маркетинга, их эволюция. Развитие концепции маркетингового управления: основные этапы и ориентиры. Смена акцентов и научных парадигм. Изменяющаяся роль маркетинга в

компании. Динамика функций маркетинга, видов деятельности. Маркетинг-менеджмент. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Маркетинг, ориентированный на стоимость. Социально-ответственный маркетинг.

2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности
Формирование генеративных ценностей. Омникommуникативность воздействия. Власть дистрибьюторов. Сокращение числа конкурентов при росте количества брендов. Сокращение ЖЦТ. Тенденция "замена, а не ремонт". Цифровизация. Рост числа патентов. Сверхфрагментация. Рост числа товарных категорий. Невосприимчивость потребителя. Виртуализация, глобализация и сжатие времени в современном маркетинге.

3. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности

Понятие маркетинговой среды. Факторы макро и микро среды. Особенности прямого и косвенного воздействия факторов маркетинговой среды. Интенсивность и направленность воздействия среды. Особенности учёта влияния факторов маркетинговой среды на принятие стратегических и тактических решений.

4. Понятие о целевых рынках, потребительских нуждах, цепях снабжения и цепочках создания стоимости

Потребитель – основной актив компании. Содержание и основные характеристики современных взаимоотношений компании с потребителем. Управление отношениями с клиентами (CRM) и маркетинг взаимоотношений. Издержки привлечения и удержания потребителя. Создание ценности для потребителя. Потребитель – непосредственный участник цепочки создания и распределения ценностей. Взаимоотношения с потребителями и потребительская лояльность.

5. Потребление как предмет маркетингового анализа

Модели принятия решения потребителем на рынке товаров производственного и потребительского назначения. Учёт особенностей процессов осознания потребности, поиска информации, оценки альтернатив, покупки, потребления, послепродажной оценки и освобождения в разработке новых продуктов. Факторы внутреннего и внешнего влияния на поведение потребителей.

6. Организационное покупательское поведение

Характеристика организаций-потребителей. Основные различия между организациями-потребителями и конечными потребителями. Деловой и потребительский рынки. Типы деловых закупок. Комплектные закупки и поставки. Участники процесса деловых закупок. Процесс принятия решений в организациях-потребителях. Типы закупочных процессов. Стадии процесса покупки.

7. Маркетинг услуг как научная область, дискуссии о новой доминирующей логике маркетинга

Теоретические подходы к обеспечению качества услуг, оценка их специфики, проблемы интеграции и поиска исследовательского инструментария.

8. Роль сегментирования рынка и выбора целевых сегментов в современном маркетинге

Тенденции дифференциации маркетинговых усилий и товарных предложений. Основы, критерии и методы сегментирования рынков потребительских товаров и промышленных рынков: идентификация и оценивание сегментов, методы и критерии выбора целевых сегментов с учётом финансово-экономических результатов; сегментирование по выгодам. Основания для позиционирования. Этапы процесса позиционирования.

9. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации: назначение и основные задачи

Роль маркетинговых исследований, внутрифирменной системы маркетинговой информации, первичных и вторичных источников информации. Использование современных информационных технологий. Типовые задачи и методы маркетинговых исследований.

10. Основные задачи, виды и инструменты маркетинговых исследований

Роль маркетинговых исследований, внутрифирменной системы маркетинговой информации, первичных и вторичных источников информации. Использование современных информационных технологий. Типовые задачи и методы маркетинговых исследований.

11. Методы стратегического маркетингового анализа

Цели и особенности маркетингового стратегического анализа. PEEST-анализ, модели цепочки ценности и пяти сил М. Портера, SWOT-анализ, анализ разрывов, бенчмаркинг. Технологии использования результатов стратегического анализа в процессе принятия маркетинговых решений.

12. Методы и модели анализа маркетинговой информации

Базовый анализ маркетинговых данных: частотные распределения, кросс-табуляция и проверка соответствующих гипотез. Факторный анализ маркетинговых данных. Кластерный анализ маркетинговых данных. Иерархический кластерный анализ. Интерпретация результатов факторного и кластерного анализа. Метод AnswerTree, его использование при сегментировании рынка.

13. Классификации маркетинговых исследований

Поисковые маркетинговые исследования. Качественные методы исследований: фокус-группы, глубинные интервью (метод лестницы; метод выяснения скрытых проблем; символический анализ), анализ протокола.

14. Каузальные (причинно-следственные) исследования

Общая характеристика каузальных исследований. Логико-смысловое моделирование; математические методы в казуальных исследованиях; эксперименты. Внутренняя и внешняя валидность экспериментов. Планы экспериментов.

15. Описательные маркетинговые исследования, методы их проведения

Источники ошибок в описательных исследованиях. Понятие выборки, ее преимущества и недостатки по сравнению с полной переписью. Методы построения выборки. Процесс построения выборки. Маркетинговые шкалы. Основные типы шкал, используемых в маркетинговых исследованиях.

16. Бенчмаркинг как набор методик, позволяющий изучить опыт конкурентов и внедрить лучшие практики в своей компании

Понятие бенчмаркинга и его виды (по типу партнёра, по форме организации, по объекту, по отношению к фокусной компании). Типовые этапы бенчмаркинга. Фокус бенчмарка, разрыв бенчмарка, динамика бенчмарка, степень коррекции бенчмарка.

17. Стратегические задачи маркетинга

Встраивание маркетинга в процедуру стратегического управления. Маркетинг-менеджмент в крупных иерархических организациях. Корпоративный уровень: анализ структуры рынка, ориентация на потребителей и позиционирование фирмы в цепочке создания ценности. Уровень СБЕ: сегментирование и целеполагание, позиционирование товара и принятие решения о вступлении в партнерские отношения. Операционный уровень: маркетинг-микс и управление взаимоотношениями с потребителями и посредниками.

18. Маркетинг и формирование устойчивых конкурентных преимуществ

Место маркетинга в сбалансированной системе целей компании. Стратегический и операционный планы маркетинга: содержание, структура, этапы формирования. Взаимосвязь с другими видами планов фирмы.

19. Концепция маркетинга-микс. Базовые и современные модели маркетинг-микс

Причины множественности моделей маркетинг-микс. Причины обращения к базовой модели. Взаимосвязанность элементов моделей. Роль составляющих маркетинга-микс в достижении стратегических и текущих целей маркетинговой деятельности.

20. Товарная политика коммерческой фирмы

Товар и его коммерческие и некоммерческие характеристики. Модель товара. Ассортимент и номенклатура. Методы анализа ассортимента: анализ рентабельности, ABC и XYZ- анализ, анализ парных (совместных) покупок. управление ассортиментом товаров и услуг. Маркетинговые решения по номенклатуре и ассортименту.

21. Роль новых товаров в формировании товарной политики и стратегии развития фирмы

Жизненный цикл товара. Управление процессом разработки и продвижения на рынке нового товара. Стратегии фирмы в области создания новых товаров. Этапы разработки нового товара, их содержание и особенности.

22. Цена в комплексе маркетинга компании. Цена в маркетинге. Виды цен. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на процесс ценообразования. Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. Цена потребления и ее учёт в ценовой политике компании.

23. Ценовая стратегия фирмы как элемент ее маркетингового плана. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования. Методы и стратегии ценообразования. Этапы и процедуры разработки ценовой стратегии. Зависимость ценовых тактик от ценовой стратегии.

24. Маркетинговые каналы распределения и сбыта: функции и участники, области рационального использования.

Структура и характеристики каналов распределения. Прямые и косвенные каналы. Типы посредников. Технология определения длины и широты канала сбыта. Стратегические решения по каналам распределения и их реализация.

25. Коммуникационная политика фирмы.

Средства маркетинговых коммуникаций, их роль и особенности. Стратегические решения по коммуникациям и их реализация. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность маркетинговых коммуникаций.

26. Интернет-маркетинг.

Стратегия интернет-маркетинга компании. Формирование матрицы бизнес-целей компании в системе on-line + off-line. Каналы интернет-маркетинга. SEO продвижение. Контент-маркетинг. SMM. Онлайн и мобильные коммуникации в маркетинге. Анализ эффективности маркетинга в интернете.

27. Использование информационных технологий в маркетинге.

Понятие и роль информационных технологий. Информационные технологии, обеспечивающие управление потребителями, обеспечивающие контроль реализации маркетинговых решений, обеспечивающие управление маркетинговой информацией. Подходы к их оценке и выбору.

28. Современные маркетинговые коммуникации. Понятие маркетинговых коммуникаций.

Переменные коммуникационного процесса. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Основные тенденции развития мирового и российского коммуникационного рынка. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Омниканальные коммуникации. Оценка результативности маркетинговых коммуникаций.

29. Некоммерческий маркетинг. Понятие и сущность некоммерческого маркетинга.

Соотношение понятий Социальный и некоммерческий маркетинг. Стратегические и инструментальные отличия от коммерческого. Потенциал использования инструментов некоммерческого маркетинга в коммерческой сфере.

30. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития. Маркетинг территории в интересах ее внутренних субъектов. Маркетинг территории в интересах ее внешних субъектов, во внимании и инвестициях которых заинтересована территория. Особенности взаимодействия органов власти, коммерческих и некоммерческих компаний в процессе реализации маркетинга территорий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Максимальное количество баллов за два вопроса в билете – 100, из них 50 баллов за первый вопрос и 50 баллов за второй вопрос. Количество баллов для успешного

прохождения вступительного испытания – не менее 30, из них не менее 15 баллов за первый вопрос и не менее 15 баллов за второй вопрос.

1. Ответ оценивается на 41-50 баллов, если абитуриент:

- а) дает правильный и полный ответ на экзаменационные вопросы;
- б) проявляет понимание задач современной экономики;
- в) свободно оперирует знанием современных экономических и управленческих теорий и концепций;
- г) демонстрирует умение рассматривать проблему в общем контексте междисциплинарного подхода;
- д) показывает умение сравнивать и оценивать различные научные подходы, выделять проблемы, возникающие противоречия, перспективы развития;
- е) дает теоретическое обоснование сущности вопроса, подкрепляется ссылками на нормативные документы и научные работы ученых;
- ж) показывает знание основных существенных признаков экономических явлений, процессов и объектов, устанавливает причинно-следственные связи между ними;
- з) ведет свободный диалог с членами комиссии, пользуется современной научной лексикой;
- и) дается правильный и полный ответ на дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии.

2. Ответ оценивается на 31-40 баллов, если абитуриент:

- а) дает правильный и полный ответ на экзаменационные вопросы;
- б) недостаточно глубоко и обстоятельно представляет, оценивает различные подходы к рассматриваемой проблеме;
- в) недостаточная интеграция междисциплинарных знаний;
- г) при объяснении современных проблем экономики и управления допускается некоторая эклектичность демонстрируемых знаний, неполнота анализа и слабая аргументированность своей точки зрения;
- д) наблюдается некоторая противоречивость теоретических позиций;
- е) диалог с членами комиссии носит научный характер, ответы обоснованы, речь грамотная, но имеются несущественные неточности и недостатки в изложении теоретических положений;
- ж) правильный ответ на дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии.

3. Ответ оценивается на 15-30 баллов, если абитуриент:

- а) показывает знания основных определений;
- б) имеются затруднения в раскрытии отдельных положений современных экономических и управленческих теорий и концепций;
- в) выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументируются;
- г) не раскрывается сущность различных концептуальных подходов;
- д) при ответе нет четкого теоретического обоснования, ответ носит преимущественно описательный характер;
- е) допускаются существенные ошибки, ответ носит репродуктивный характер, не просматривается личностное отношение к излагаемому знанию;
- ж) не логичное построение ответа на вопрос, часто требуются уточняющие и наводящие вопросы экзаменаторов;
- з) подмена научного обоснования проблемы рассуждением практически-бытового плана, неточности в использовании научной терминологии;
- и) затруднения при ответе на вопросы членов комиссии.

4. Ответ оценивается 0-14 баллов, если абитуриент:

- а) дает ответы, не относящиеся к программе вступительного испытания;
- б) не владеет знанием современных экономических и управленческих теорий и концепций, суждения поверхностны, ответы слабо аргументированы;

- в) ответ не имеет теоретического обоснования, раскрывается не в полном объеме, изложение нелогично;
- г) при ответе демонстрируется незнание, непонимание большей части материала, предусмотренного программой вступительного испытания;
- д) допускает существенные ошибки, затрудняется в их исправлении при наводящих вопросах членов комиссии;
- е) при ответе преобладает бытовая лексика, значительные неточности в использовании научной терминологии;
- ж) отсутствуют ответы на основные и дополнительные экзаменационные вопросы.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Блок 1. Экономика промышленности

1. Алексейчева Е. Ю., Магомедов М. Д., Костин И. Б. Экономика организации (предприятия). Учебник. — М.: Дашков и Ко. 2020. 290 с.
2. Баскакова О.В., Мачабели М.Ш. Экономика организации. — М.: Дашков и Ко. 2019. 306 с.
3. Будрина Е. В. Экономика и организация автотранспортного предприятия. Учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2017. 268 с.
4. Винокур М. Е. Организация производства и менеджмент. Учебно-методический комплекс. — М.: Проспект. 2020. 168 с.
5. Грибов, В. Д. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. – 8–е изд., переработанное и дополненное. – Москва: Курс, Инфра-М, 2020. – 445 с.
6. Грибов, В. Д. Экономика организации (предприятия): учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. – 11–е изд., переработанное. – Москва : КноРус, 2021. – 405 с.
7. Дашкова И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. — М.: Юрайт. 2020. 276 с.
8. Заздравных А. В., Казаков С. П., Коро Н. Р. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2018. 380 с.
9. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. — М.: Юрайт. 2019. 198 с.
10. Коршунов В. В. Экономика организации. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2020. 348 с.
11. Ксенофонтова Х. З. Корпоративный менеджмент. Учебник. — М.: КноРус. 2020. 314 с.
12. Литвин Ю. И., Литвин И. Ю., Харисова Р. Р. Проектный менеджмент. Теория и практика. Учебное пособие и практикум. — М.: Прометей. 2020. 240 с.
13. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Теория менеджмента. Учебник. — М.: Юрайт. 2019. 288 с.
14. Мардас А. Н., Гуляева О. А., Кадиев И. Г. Стратегический менеджмент. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2019. 176 с.
15. Маслова Е. Л. Теория менеджмента. Практикум. — М.: Дашков и Ко. 2019. 158 с.
16. Мокий М. С., Азоева О. В., Ивановский В. С. Экономика организации. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2018. 284 с.
17. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия: учебник / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич. – Минск : Республиканский институт высшей школы, 2019. – 522 с.
18. Петрова Е.А., Фокина Е.А. Информационный менеджмент. — М.: ЭБС Лань. 2019. 144 с.
19. Растова, Ю. И. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / Ю. И. Растова, С. А. Фирсова. – Москва : КноРус, 2021. – 279 с.

20. Самарина В. П., Черезов Г. В., Карпов Э. А. Экономика организации. Учебное пособие. — М.: КноРус. 2020. 320 с.
21. Сергеев И. В., Веретенникова И. И. Экономика организации (предприятия). Учебник и практикум для прикладного бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 512 с.
22. Справочник экономиста предприятия / [А. А. Говорин и др.]. - Москва : Инфра-М, 2018. – 422 с.
23. Тертышник М. И. Экономика организации. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2020. 632 с.
24. Экономика организации (предприятия промышленности): [пособие] / Е. С. Русак, Н. Н. Морозова. - Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. – 467 с.
25. Экономика предприятия (организации, фирмы): учебник / [О. В. Девяткин и др.]. – 5-е изд., переработанное и дополненное. – Москва: Инфра-М, 2020. – 775 с.
26. Экономика предприятия: учебник / [В. И. Гришин и др.]. – Москва: КноРус, 2021. – 472 с.
27. Экономика фирмы: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / [А. С. Арзамов и др.]. - Москва : Проспект, 2017. – 526 с.

Блок 2. Экономика народонаселения и экономика труда

1. Байчерова, А. Р. Экономика труда / А. Р. Байчерова ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : АГРУС, 2013. – 177 с.
2. Ветлужских, Е. Система вознаграждения: как разработать цели и КРІ : практическое пособие / Е. Ветлужских ; ред. П. Суворова. – 3-е изд., доп. и перераб. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 218 с.
3. Згонник, Л. В. Организационное поведение : учебник / Л. В. Згонник. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 232 с.
4. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 256 с.
5. Конфликтология : учебник / В. П. Ратников, И. К. Батулин, В. Ф. Голубь [и др.] ; под ред. В. П. Ратникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 543 с.
6. Кучмаева, О. В. Экономика и социология труда : учебное пособие / О. В. Кучмаева, О. А. Золотарева, Е. А. Егорова. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 318 с.
7. Кязимов, К. Г. Социальное партнерство в сфере занятости населения и на рынке труда : учебное пособие/ К. Г. Кязимов. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 230 с.
8. Логунова, Л. Ю. Методология социологических исследований : учебное пособие / Л. Ю. Логунова ; отв. ред. Л. Л. Шпак ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. – 92 с.
9. Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 234 с.
10. Обухович, Н. В. Экономика и социология труда : учебное пособие / Н. В. Обухович, М. А. Гильтман ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2015. – 198 с.
11. Оганян, К. М. Социальные проблемы занятости : учебное пособие / К. М. Оганян, Ю. В. Манько. – Санкт-Петербург : Вера, 2009. – 312 с.

12. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура : учебник / Т. Н. Персикова. – Москва : Логос, 2011. – 288 с.
13. Поварич, И. П. Рынок труда : учебное пособие / И. П. Поварич, М. Д. Поварич, Т. А. Кузнецова ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2019. – 291 с.
14. Половинко В.С. Управление персоналом: Системный подход и его реализация. Москва: Информ-знание, 2002- 484 с.
15. Регулирование рынка труда : учебник / В. М. Маслова, А. И. Гретченко, Е. В. Камнева [и др.] ; под ред. В. М. Масловой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 272 с.
16. Развитие навыков для инновационного роста в России. – М.: «Алекс», 2015. –172 с.
17. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения / под ред. В.Гимпельсона, С. Рощина. М: Центр стратегических разработок, НИУ-ВШЭ, 2017. 148 с.
18. Складская, В. А. Экономика труда : учебник / В. А. Складская. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 304 с.
19. Управление персоналом : учебник / Е. А. Аксенова, Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин [и др.] ; ред. Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 568 с.
20. Шаховой, В. А. Мотивация трудовой деятельности : учебное пособие / В. А. Шаховой, С. А. Шапиро. – 4-е изд. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 425 с.
21. Яковенко, Е. Г. Экономика труда : учебное пособие / Е. Г. Яковенко, Н. Е. Христюкова, В. Д. Мостова. – Москва : Юнити, 2017.

Блок 3 Маркетинг

1. Багиев, Г. Л. , Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учебник . СПб: Питер, 2012. 567 с.
2. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент: учебник. СПб: Питер, 2012. 814 с.
4. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с.
5. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж.. Поведение потребителей. Спб: Питер, 2007. 994 с.
6. Бережнов, Г. В. Стратегия конкурентного развития региона : учебник / Г. В. Бережнов. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 256 с.
7. Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 248 с.
8. Еналеева И. Д. Защита прав потребителей: часто задаваемые вопросы, образцы документов.М.: Дашков и Ко , 2008. 235 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Ф. Котлер. М.: Альпина паблишер, 2010. 216 с.
10. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с.
11. Лазарев Ю. Д. Организация отдела маркетинга на предприятии Лаборатория книги, 2010
12. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ламбен, Р.К. Чумпитас, И. Шулинг. СПб: Питер, 2011. 720 с.
13. Линдстром М. Buyology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя. М.: Эксмо. 2010. 240 с.
14. Маркетинг: общий курс. Учебное пособие М.: Омега-Л, 2010

15. Сергеев В. С. Маркетинговая деятельность в обеспечении конкурентоспособности предприятия. М.: Лаборатория книги, 2010.
16. Сбоева, И. А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие : [16+] / И. А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с.
17. Сорокина Е.В. В социальных сетях. Twitter – 140 символов самовыражения / Е.В. Сорокина, Ю. И. Федотченко, К.О. Чабоненко. СПб:Питер. 2011. 144 с.
18. Фридман Г. Д. Нет, спасибо, я просто смотрю. Как посетителя превратить в покупателя. М.: Олимп - Бизнес, 2008. 245 с.
19. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. СПб: Питер, 2008. 368 с.
20. Черняховская Т. Н. Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика М.: Высшее образование, 2008. 743 с.
21. Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе. М.: Дашков и К°, 2012. 348 с.
22. Щегорцов В. А. , Таран В. А. Маркетинг. Учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. 448 с.

Разработчики программы:

Миллер Александр Емельянович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и финансовой политики;

Половинко Владимир Семенович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой региональной экономики и управления человеческими ресурсами;

Чернобаева Гульнара Ефимовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Программа одобрена на заседаниях кафедр:

менеджмента и маркетинга (протокол № 7 от 23.03.2022);

региональной экономики и управления человеческими ресурсами (протокол № 10 от 31.03.2022);

экономики и финансовой политики (протокол №7 от 25.03.2022).