

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

«УТВЕРЖДАЮ»

ПРОГРАММА

вступительного испытания в аспирантуру

направление подготовки 38.06.01 - Экономика

профиль подготовки Экономика и управление народным хозяйством
(Логистика – специальность 08.00.05),

профиль подготовки «Экономика и управление народным хозяйством»
(Маркетинг – специальность 08.00.05),

Челябинск 2018

Экзамен состоит из трех частей: комплексная общая часть, которая делится на основы экономической теории и теорию управления экономическими системами, и специальная часть. Специальная часть включает вопросы области научной специальности 08.00.05 – логистика, маркетинг.

1. Общая часть

Экономическая теория. Предмет и метод экономической теории. Современная рыночная система и ее структура. Спрос и закономерности его изменения, закон спроса Предложение и его функция. Рыночное равновесие и равновесная цена. Теория поведения потребителя в рыночной экономике: условие равновесия и оптимизации потребительской корзины. Фирма в рыночной экономике. Издержки и прибыль. Теория производственного выбора и условие минимизации издержек производства. Типы рыночных структур. Рынок совершенной конкуренции и его эффективность. Монополия и ее социально-экономические последствия. Олигополия и монополистическая конкуренция Производство и спрос на экономические ресурсы. Рынок труда в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Рынок капитала и природных ресурсов. Теория внешних эффектов и общественных благ. Основные направления современной макроэкономики. Измерение результатов экономической деятельности и уровня цен. Макроэкономическая нестабильность: безработица, инфляция, экономические циклы. Общее макроэкономическое равновесие и модель совокупного спроса и совокупного предложения. Равновесие на товарном рынке: кейнсианская модель «доходы - расходы» с участием государства. Бюджетно-налоговая (фискальная) политика. Деньги и денежный рынок. Денежно-кредитная политика. Макроэкономическая динамика и экономический рост.

Основы теории управления экономическими системами. Научные подходы и виды управления экономическими системами (традиционный или проблемно-ориентированный, процессный, системный, ситуационный, синергетический). Понятие, структура и классификация экономических систем по различным признакам (масштаб, сфера действия, формы собственности). Жизненный цикл экономической системы (формирование, развитие, дезинтеграция/распад) и прогнозирование развития экономических систем. Анализ организации и внешней среды ее деятельности. Виды и системы планирования (нормативное и индикативное; программно-целевое и стратегическое; долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное

планирование). Подходы к прогнозированию и виды прогнозов. Мотивация и стимулирование как функции управления. Контроль как функция управления. Бенчмаркинг и современные тенденции развития контроля. Организационно-правовые формы различных коммерческих и некоммерческих организаций (в том числе виртуальных), их объединений (ассоциации, союзы, финансово-промышленные группы, сети и др.) Стадии жизненного цикла организаций. Управление изменениями и нововведениями. Слияние и поглощения компаний. Реформирование и реструктуризация предприятий. Организация мониторинга и контроль хода изменений. Сущность инновационного менеджмента, управленческие и технологические инновации. Управление риском. Методы регулирования и оптимизации риска. Управление качеством. Международные системы управления качеством. Понятия человеческих ресурсов. Управление человеческими ресурсами в концепции всеобщего управления качеством. Сущность и функции мониторинга. Основные субъекты и виды мониторинга. Понятие и сущность информационных и коммуникационных технологий. Виды информационных и коммуникационных технологий. Роль геоинформационных (ГИС) и Интернет-технологии в управлении организациями. Понятие и характерные черты новой экономики («экономики знаний»). Понятие интеллектуального капитала и его роль в новой экономике. Управление формированием и развитием интеллектуального капитала. Роль информационных и коммуникационных технологий в производстве и управлении. Современные и перспективные формы и структуры организации управления (сетевые, виртуальные).

2. Специальная часть.

Маркетинг

Маркетинг как ориентированный на действия процесс. Определения маркетинга, исходные понятия маркетинга. Изменяющаяся роль маркетинга в организации. Новые направления расширения и углубления концептуальных основ маркетинга. Маркетинг как развивающаяся форма взаимосвязи производства и потребления. Планирование и организация аналитической функции маркетинга на предприятии. Структура МИС. Система маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговых решений. Методы получения и обработки маркетинговой информации. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований. Стратегические решения на основе маркетинговых исследований. Взаимосвязь стратегического маркетинга и

стратегического менеджмента. Разработка сбалансированной системы целей. Маркетинг и формирование устойчивого конкурентного преимущества. Основы рыночной сегментации. Цели и задачи. Алгоритм проведения рыночной сегментации. Динамика целевых стратегий. Маркетинговый план как основа приспособления товара/услуги к выявленным потребностям клиента. Маркетинговый аудит: содержание и методы проведения. Внешний анализ и анализ потенциальных и реальных потребителей. Анализ конкурентов. Анализ рынка. Анализ среды. Внутренний анализ. От анализа к стратегии. Портфельный анализ бизнеса. Выбор базовой стратегии развития компании и оценка возможностей роста. Глобальные стратегии. Стратегические альянсы. Стратегии роста малых, средних и крупных предприятий. Маркетинговые аспекты управления товаром и ассортиментом. Маркетинговые факторы управления жизненным циклом товара. ЖЦТ и маркетинговые стратегии. Конкурентоспособность товара и факторы ее определяющие. Товарный знак, торговая марка, бренд, их место и роль в товарной политике. Инновации и разработка новых товаров. Процесс разработки нового товара. Характеристика отдельных стадий процесса: продолжительность, затраты, значимость. Выведение нового товара на рынок. Прогнозирование объема продаж. Процесс адаптации потребителей к новому товару. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций. Динамика развития средств коммуникации. Приоритеты в системе коммуникаций, формирующейся в России. Рынок рекламы: динамика и тенденции. Основные рекламодатели и их поведение на рынке. Субъекты рекламного рынка. Организация рекламных кампаний. Формирование бюджета на продвижение и оптимизация его распределения по каналам и типам коммуникационного воздействия. Стимулирование сбыта и планирование мероприятий по продвижению. Организация прямого маркетинга. Связи с общественностью и формирование позитивного имиджа организации. Особенности организации маркетинга на предприятиях различных типов. Организация структуры управления маркетингом. Ситуационный анализ, контроль маркетинга, ревизия маркетинга, аудит маркетинга. Объекты системного аудита. Принципы аудита маркетинга. Планирование аудита маркетинга.

Логистика

Исторические предпосылки возникновения и этапы развития логистики. Эволюция логистической концепции. Современные трактовки логистики. Задачи, основные принципы и методы логистики. Понятийный аппарат теории логистики. Сущность и отличительные особенности ее основных

понятий: поток, запас, логистическая система, логистический канал, логистическая цепь, логистические операции, логистические функции. Краткая характеристика основных видов логистических операций, примеры их объединения в логистические функции. Объекты управления в логистике. Особенности потоковых процессов в экономике. Сущность и видовой состав экономических потоков: материальные, информационные, финансовые потоки, потоки услуг. Дифференциация потоков на макроэкономическом и мезо-микроэкономическом уровнях. Основные параметры экономических потоков. Классификация потоков по альтернативному признаку. Понятие материального потока как основного объекта изучения в логистике. Характеристика и типология материальных потоков. Запасы как форма организации материальных потоков, понятие материального запаса. Характеристика видовой состава логистики. Классификация логистики по основным признакам: функциональному (заготовительная, внутрипроизводственная, распределительная), ресурсному (материальная, информационная, финансовая, кадровая), отраслевому (производственная, коммерческая, транспортная, складская и т.д.). Понятие системы, характеристика ее основных свойств. Сущность и основные черты логистической системы: сложность, иерархичность, эмерджентность и структурированность. Виды логистических систем и их типология. Макрологистические, мезологистические и микрологистические системы. Глобальные логистические системы. Элементный состав, общие принципы и цели построения логистических систем в предпринимательской деятельности. Принципы организационно-экономического проектирования логистических систем. Логистические альянсы. Состав и структура материального запаса: текущий запас, подготовительный запас, страховой запас, сезонный запас. Характеристика основных систем и моделей управления запасами. Система управления запасами с фиксированным размером заказа (партии поставки) – релаксационный метод. Система управления запасами с фиксированной периодичностью заказа - периодический метод. Система управления запасами «по точке сигнала» - метод «двух складов». Однопродуктовая статическая модель управления запасами. Методы контроля над состоянием запасов: ABC - метод; правило 20/80. Логистическая характеристика видов транспорта. Функции транспорта в системе распределения товаров. Модальные системы доставки товаров. Международные транспортные и транзитные коридоры. Правовое и таможенное регулирование транспортных перевозок.

Литература

1. Курс экономической теории: учебник для вузов по экон. специальностям и направлениям / М.Н. Чепурин и др.; под общ.ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой ; М-во инстр. дел России, Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т). – Киров: АСА, 2012. – 846 с.
2. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов по финансово-экономическим специальностям / Р.М. Нуреев. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2010. – 560 с.
3. Чеканский, А.Н. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Учеб. пособие / А.Н. Чеканский, Н.Л. Фролова. –М.: Проспект, 2018. –688 с.
4. Макроэкономика: учебник для вузов по направлению Экономика / Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина. Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова; Ин-т переподгот. и повышения квалификации преподавателей социал. и гуманитар. наук). – М.: Маркет ДС, 2009. – 413 с.
5. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник для экономических вузов: пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 916 с.
6. Теория управления / А.Л. Гапоненко, М.В. Савельева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 336 с.
7. Основы теории управления экономическими системами: учеб.пособие / В.Д. Богатырев, Б.Н. Герасимов. – Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2015. – 260 с.
8. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 752 с.
9. Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С.А. Ким. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/93392> . — Загл. с экрана.
10. Цахаев, Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 552 с. — Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/93523> . — Загл. с экрана.
11. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебник / под общ. ред. С.В. Карповой, Д.В. Тюрина. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 366 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103724> . — Загл. с экрана.
12. Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 440 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93316>. — Загл. с экрана.
- 13.Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001. – 640с.
- 14.Гаджинский А. М. Логистика. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2012. – 408с.

15. Джонсон Дж., Вуд Д. Ф., Вордлоу Д. Л., Мерфи-мл. П. Р Современная логистика: 7-е издание / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624с.
16. Дыбская В.В., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. и др. Логистика. Полный курс МВА Москва: Эксмо, 2014. — 944 с.

Программное обеспечение и интернет-ресурсы

1. Российская Государственная библиотека URL: <http://www.rsl.ru/>
2. Российская национальная библиотека URL: <http://www.nlr.ru/>
3. «Public.Ru» - публичная интернет-библиотека URL: <http://www.public.ru/>
4. Lib.students.ru - публичная интернет библиотека URL: <http://www.lib.students.ru/>
5. Научная библиотека Санкт-Петербургского Государственного Университета URL: <http://www.lib.ras.ru/>
6. Университетская библиотека «Online»
7. ЭБС «ЛАНЬ» доступ к бесплатному пакету
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY(<http://elibrary.ru/>)
9. УИС РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.isp>
10. Электронно-библиотечная система MAPK SQL 1.9 полные тексты авторефератов диссертаций

Критерии оценки знаний претендентов на поступление аспирантуру по направлению подготовки 38.06.01 – Экономика

Оценка ответов претендентов на поступление в аспирантуру по данному направлению производится по пяти бальной шкале и выставляется согласно критериям, приведенным в таблице. Билет содержит три вопроса, по одному из каждой составных частей Экономическая теория, Основы теории управления экономическими системами и Специальной части.

Оценка	Критерии
Отлично	1. Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. 2. Демонстрируются глубокие знания дисциплин специальности. 3. Делаются обоснованные выводы.

	<p>4. Ответ самостоятельный, при ответе использованы знания, приобретённые ранее.</p> <p>5. Сформированы навыки исследовательской деятельности.</p>
Хорошо	<p>1. Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются систематизировано и последовательно.</p> <p>2. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер.</p> <p>3. Материал излагается уверенно, в основном правильно даны все определения и понятия.</p> <p>4. Допущены небольшие неточности при выводах и использовании терминов.</p> <p>5. Продемонстрированы навыки исследовательской деятельности.</p>
Удовлетворительно	<p>1. Допускаются нарушения в последовательности изложения при ответе.</p> <p>2. Демонстрируются поверхностные знания дисциплин специальности.</p> <p>3. Имеются затруднения с выводами. Определения и понятия даны нечётко.</p> <p>4. Навыки исследовательской деятельности представлены слабо.</p>
Неудовлетворительно	<p>1. Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине.</p> <p>2. Не даны ответы на дополнительные вопросы комиссии.</p> <p>3. Допущены грубые ошибки в определениях и понятиях.</p> <p>4. Отсутствуют навыки исследовательской деятельности.</p>

Общая экономическая теория

1. Экономическая система: сущность, структура, элементы. Способы и критерии типологизации экономических систем. Факторы и закономерности эволюции экономических систем.

2. Современная рыночная система и ее структура. Модель экономического кругооборота.

3. Теория потребительского спроса. Спрос и его функция. Закон спроса. Неценовые факторы изменения спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность спроса по цене и способы ее измерения. Факторы,

влияющие на ценовую эластичность. Перекрестная эластичность и эластичность спроса по доходу.

4. Предложение и его функция. Неценовые факторы изменения предложения. Индивидуальное и рыночное предложение. Эластичность предложения по цене. Фактор времени и характер эластичности предложения.

5. Рыночное равновесие и равновесная цена. Нарушение рыночного равновесия и механизм его восстановления. Равновесие в долгосрочном и краткосрочном периоде. Устойчивость равновесия.

6. Применение теории спроса и предложения для оценки последствий микроэкономической политики государства: контроль над ценами и введение налогов.

7. Поведение потребителя в рыночной экономике: кардиналистская и ординалистская теории.

8. Теория фирмы. Фирма и рынок как типы организации экономического обмена в обществе. Фирма в рыночной экономике: основные типы, соотношение права собственности и контроля, целевая функция.

9. Факторы производства и производственная функция фирмы. Производительность факторов производства и научно-технический прогресс. Выбор производственной технологии и принцип наименьших затрат.

10. Экономические и бухгалтерские издержки фирмы. Невозвратные издержки. Экономическая прибыль. Издержки производства в краткосрочном и долгосрочном периоде. Эффект от масштаба и оптимальный размер предприятия.

11. Понятие рыночной структуры. Общая характеристика рынков совершенной и несовершенной конкуренции. Прибыль как цель деятельности фирмы. Условие максимизации общей прибыли фирмы.

12. Краткосрочное равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции. Условия максимизации прибыли, минимизации убытков и прекращения производства. Предложение конкурентной фирмы в краткосрочном и долгосрочном периоде.

13. Монополия и ее виды. Модель чистой монополии. Определение объема производства и цены фирмой-монополистом. Показатели рыночной власти фирмы. Экономические и социальные последствия монополии.

14. Сущность олигополии. Формы взаимодействия фирм в условиях олигополии. Кооперированные и некооперированные модели олигополии.

15. Монополистическая конкуренция. Условия равновесия фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Эффективность рынка монополистической конкуренции.

16. Производство и спрос на экономические ресурсы. Рынок труда и формирование уровня заработной платы. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции.

17. Рынок капитала. Краткосрочное инвестирование в производственные запасы. Принципы принятия долгосрочных инвестиционных решений.

18. Внешние эффекты и проблема неэффективности рынка. Интернализация внешних эффектов.

19. Общественные и частные блага. Общественный выбор.

20. Валовой национальный продукт и способы его измерения. Система показателей национальных счетов. Номинальный и реальный ВВП. Дефлятор ВВП.

21. Совокупный спрос и совокупное предложение в краткосрочном и долгосрочном периоде. Макроэкономическое равновесие в модели «совокупный спрос – совокупное предложение».

22. Содержание кейнсианской модели «доходы – расходы». Условия равновесия и определение равновесного объема выпуска в кейнсианской модели «доходы–расходы». Разрыв инфляции и безработицы.

23. Влияние изменений автономных расходов на уровень национального дохода. Теория мультипликатора расходов.

24. Содержание, цели и инструменты фискальной (налогово-бюджетной политики). Концептуальные подходы к бюджету.

25. Деньги и их функции. Формы денег. Показатели денежной массы. Спрос на деньги, его структура и функции.

26. Центральный банк, его функции и роль в формировании денежного предложения. Денежная база. Официальные резервные требования.

27. Коммерческие банки и их роль в формировании денежной массы. Мультипликатор денежной базы.

28. Содержание и цели денежно-кредитной политики. Политика дешевых и дорогих денег. Инструменты денежно-кредитной политики. Эффективность денежно-кредитной политики в краткосрочном и долгосрочном периодах. Денежное правило М. Фридмана.

29. Инфляция и ее виды. Инфляция спроса и инфляция издержек. Инфляционные ожидания и инфляционная спираль. Антиинфляционная политика: правила, виды, эффективность.

30. Теория безработицы. Понятие «полной» занятости и естественная безработицы.

31. Экономические циклы и их классификация. Фазы делового цикла. Теории экономических (деловых) циклов.

32. Содержание и типы экономического роста. Модели экономического роста.

Основы теории управления экономическими системами

1. Предмет, сущность и содержание теории управления. Эволюция теорий управления. Этапы развития теории и практики менеджмента. Современные теории организации.

2. Научные подходы и виды управления экономическими системами (традиционный или проблемно-ориентированный, процессный, системный, ситуационный, синергетический).

3. Экономические системы как объект управления. Понятие, структура и классификация экономических систем (масштаб, сфера действия, формы собственности). Основные подсистемы и элементы экономической системы.

4. Жизненный цикл экономической системы (формирование, развитие, дезинтеграция/распад) и прогнозирование развития экономических систем. Фазы развития экономической системы как объекты управления.

5. Субъекты управления экономическими системами. Государство и корпорации. Транснациональные и региональные субъекты управления. Менеджеры как субъекты управления.

6. Функции управления: сущность и классификация функций управления.

7. Анализ как функция управления. Анализ организации и внешней среды ее деятельности.

8. Планирование и прогнозирование в системе управления. Виды и системы планирования (нормативное и индикативное; программно-целевое и стратегическое; долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование). Подходы к прогнозированию и виды прогнозов.

9. Организация и координация как функции управления. Содержание и принципы организации управления.

10. Мотивация и стимулирование как функции управления. Природа, содержание и структура мотивации. Модели мотивационного управления. Мотивационное управление и результативность труда.

11. Коммуникация как функция управления. Понятие коммуникации, ее основные характеристики. Значение коммуникации в постиндустриальном обществе.

12. Контроль как функция управления. Сущность и виды контроля. Бенчмаркинг и современные тенденции развития контроля.

13. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, объединений (ассоциации, союзы, финансово-промышленные группы, сети и др.) Теория и практика управления интеграционными образованиями.

14. Управление в государственной организации и в коммерческой фирме: общее и особенное. Организационные формы управления. Сущность организационной структуры управления. Виды организационных структур. Система органов управления.

15. Классификация методов управления. Методы и этапы процесса принятия и реализации управленческого решения. Решение слабо структурированных и сильно структурированных проблем. Построение дерева целей. Методы координации и формы регламентации управленческой деятельности.

16. Управление (руководство) организацией в целом. Культура организации и стиль руководства. Роль лидерства и основные черты эффективного лидера.

17. Управление изменениями и нововведениями. Концепция организационной подвижности. Теория и практика слияния и поглощения компаний.

18. Реформирование предприятий: концепция, модель, программа. Реструктуризация: понятие, виды и возникающие проблемы.

19. Сущность инновационного менеджмента, управленческие и технологические инновации. Принципы, методы и процесс организации нововведений.

20. Управление риском. Понятие и критерии риска. Виды и факторы рисков. Анализ и оценка риска. Методы регулирования и оптимизации риска.

21. Управление качеством: принципы и виды управления качеством. Международные системы управления качеством.

22. Управление человеческими ресурсами. Системы управления человеческими ресурсами и обучение персонала организации. Сущность, структура и специфика кадровых технологий. Содержание и основные функции оценки и отбора персонала. как кадровая технология.

23. Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте. Особенности некоммерческого маркетинга. Основные технологии маркетинга.

24. Мониторинг: сущность, функции и виды мониторинга. Особенности мониторинга в государственном и муниципальном управлении. Основные технологии мониторинга.

25. Информационные и коммуникационные технологии в менеджменте. Роль геоинформационных (ГИС) и Интернет технологий в управлении организациями.

26. Интеллектуальный капитал и его роль в «новой экономике» («экономики знаний»). Новые свойства информационного ресурса и роль информационных и коммуникационных технологий в производстве и управлении. Современные и перспективные формы и структуры организации управления (сетевые, виртуальные).

Маркетинг

1. Маркетинг как ориентированный на действия процесс. Определения маркетинга, исходные понятия маркетинга.

2. Изменяющаяся роль маркетинга в организации. Новые направления расширения и углубления концептуальных основ маркетинга.

3. Маркетинг как развивающаяся форма взаимосвязи производства и потребления.

4. Планирование и организация аналитической функции маркетинга на предприятии. Структура МИС. Система маркетинговых исследований.

5. Информационное обеспечение маркетинговых решений. Методы получения и обработки маркетинговой информации.

6. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности.

7. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований.
8. Стратегические решения на основе маркетинговых исследований. Взаимосвязь стратегического маркетинга и стратегического менеджмента.
9. Разработка сбалансированной системы целей. Маркетинг и формирование устойчивого конкурентного преимущества.
10. Основы рыночной сегментации. Цели и задачи. Алгоритм проведения рыночной сегментации. Динамика целевых стратегий.
11. Маркетинговый план как основа приспособления товара/услуги к выявленным потребностям клиента. Маркетинговый аудит: содержание и методы проведения.
12. Внешний анализ и анализ потенциальных и реальных потребителей. Анализ конкурентов.
13. Анализ рынка. Анализ среды. Внутренний анализ. От анализа к стратегии.
14. Портфельный анализ бизнеса. Выбор базовой стратегии развития компании и оценка возможностей роста.
15. Глобальные стратегии. Стратегические альянсы. Стратегии роста малых, средних и крупных предприятий.
16. Маркетинговые аспекты управления товаром и ассортиментом. Маркетинговые факторы управления жизненным циклом товара. ЖЦТ и маркетинговые стратегии.
17. Конкурентоспособность товара и факторы ее определяющие.
18. Товарный знак, торговая марка, бренд, их место и роль в товарной политике.
19. Инновации и разработка новых товаров. Процесс разработки нового товара. Характеристика отдельных стадий процесса: продолжительность, затраты, значимость. Выведение нового товара на рынок. Прогнозирование объема продаж. Процесс адаптации потребителей к новому товару.
20. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций. Динамика развития средств коммуникации. Приоритеты в системе коммуникаций, формирующейся в России.
21. Рынок рекламы: динамика и тенденции. Основные рекламодатели и их поведение на рынке. Субъекты рекламного рынка. Организация рекламных кампаний. Формирование бюджета на продвижение и оптимизация его распределения по каналам и типам коммуникационного воздействия.
22. Стимулирование сбыта и планирование мероприятий по продвижению. Организация прямого маркетинга.
23. Связи с общественностью и формирование позитивного имиджа организации.
24. Особенности организации маркетинга на предприятиях различных типов. Организация структуры управления маркетингом.

25. Ситуационный анализ, контроль маркетинга, ревизия маркетинга, аудит маркетинга. Объекты системного аудита. Принципы аудита маркетинга. Планирование аудита маркетинга.

Логистика

1. Исторические предпосылки возникновения и этапы развития логистики. Эволюция логистической концепции. Современные трактовки логистики.

2. Задачи, основные принципы и методы логистики. Понятийный аппарат теории логистики.

3. Сущность и отличительные особенности основных понятий логистики: поток, запас, логистическая система, логистический канал, логистическая цепь, логистические операции, логистические функции.

4. Характеристика основных видов логистических операций, примеры их объединения в логистические функции.

5. Объекты управления в логистике. Особенности потоковых процессов в экономике. Сущность и видовой состав экономических потоков: материальные, информационные, финансовые потоки, потоки услуг.

6. Дифференциация потоков на макроэкономическом и мезо-микроэкономическом уровнях. Основные параметры экономических потоков.

7. Классификация потоков по альтернативному признаку.

8. Понятие материального потока как основного объекта изучения в логистике. Характеристика и типология материальных потоков.

9. Запасы как форма организации материальных потоков, понятие материального запаса.

10. Характеристика видового состава логистики. Классификация логистики по основным признакам: функциональному (заготовительная, внутрипроизводственная, распределительная), ресурсному (материальная, информационная, финансовая, кадровая), отраслевому (производственная, коммерческая, транспортная, складская и т.д.).

11. Понятие системы, характеристика ее основных свойств. Сущность и основные черты логистической системы: сложность, иерархичность, эмерджентность и структурированность.

12. Виды логистических систем и их типология. Макрологистические, мезологистические и микрологистические системы.

13. Глобальные логистические системы.

14. Элементный состав, общие принципы и цели построения логистических систем в предпринимательской деятельности.

15. Принципы организационно-экономического проектирования логистических систем.

16. Логистические альянсы. Понятие, характеристика, особенности

17. Состав и структура материального запаса: текущий запас, подготовительный запас, страховой запас, сезонный запас.

18. Характеристика основных систем и моделей управления запасами.
19. Система управления запасами с фиксированным размером заказа (партии поставки) – релаксационный метод.
20. Система управления запасами с фиксированной периодичностью заказа - периодический метод.
21. Система управления запасами «по точке сигнала» - метод «двух складов».
22. Однопродуктовая статическая модель управления запасами.
23. Методы контроля над состоянием запасов: ABC - метод; правило 20/80.
24. Логистическая характеристика видов транспорта. Функции транспорта в системе распределения товаров.
25. Модальные системы доставки товаров.
26. Международные транспортные и транзитные коридоры.
27. Правовое и таможенное регулирование транспортных перевозок.
28. Управление цепями поставок. Отличительные особенности от логистики.