

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям
О.А. Здрок
« 9 » декабря 2020 г.
Регистрационный № УД-9372/уч.

**ПРОГРАММА КОМПЛЕКСНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

для специальности:

1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

направление специальности:

1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-26 02 02-2013, учебного плана №Е 26 -223/уч., №Е 26з -236/уч., №Е 26з -238/уч. от 30.05.2013г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Е.М. Карпенко, заведующая кафедрой международного менеджмента экономического факультета БГУ, доктор экономических наук, профессор;

С.В. Лукин, профессор кафедры международного менеджмента экономического факультета БГУ, доктор экономических наук;

В.П. Пугачев, профессор кафедры международного менеджмента экономического факультета БГУ, доктор экономических наук;

Ю.Ю. Рассеко, старший преподаватель кафедры международного менеджмента экономического факультета БГУ.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Советом экономического факультета
(протокол № 2 от 24.11.2020);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол № 2 от 7.12.2020)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственный экзамен является одной из обязательных составляющих итоговой аттестации студентов. Программа комплексного государственного экзамена по специальности: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям) направление специальности: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный) разработана в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта I ступени высшего образования и Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

Программа комплексного государственного экзамена определяет и регламентирует структуру и содержание комплексного государственного экзамена по специальности по специальности 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям) (направление специальности: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)).

В программу комплексного государственного экзамена включаются следующие учебные дисциплины специального цикла государственного компонента: теоретические основы менеджмента, управление организацией, международный менеджмент, международный бизнес.

Комплексный государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Цель проведения комплексного государственного экзамена по специальности – выявление компетенций специалиста, т. е. теоретических знаний и практических умений, необходимых для решения теоретических и практических задач специалиста с высшим образованием.

Программа комплексного государственного экзамена носит системный, междисциплинарный характер и ориентирована на выявление у выпускника общепрофессиональных и специальных знаний и умений.

Выпускник должен:

знать:

- основные этапы эволюции управленческой мысли, опыт выдающихся менеджеров и соотносить их с обстоятельствами собственной практической деятельности;
- современные концепции организации операционной деятельности и планировать операционную (производственную) деятельность организаций;
- экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга;
- основные факторы и механизмы управления организацией;
- институциональные основы управления;
- информационную систему управления организацией;
- систему менеджмента организации, ее структуризацию, взаимосвязь и взаимообусловленность;

- основы стратегического менеджмента;
- основы корпоративной культуры и ее роль в устойчивом развитии организации.

уметь:

- разрабатывать научно-обоснованные управленческие решения, организовывать и контролировать их реализацию;
- планировать и организовывать управление производством, финансами, затратами, персоналом, качеством и конкурентоспособностью продукции;
- анализировать внешнюю среду организации и разрабатывать форму адаптации организации в ней;
- проводить маркетинговые исследования;
- определять конкурентные преимущества организации, обосновывать, выбор и реализацию конкурентных стратегий;
- структурное построение организации и его совершенствование; - формирование и развитие организационной культуры; - анализ хозяйственно-экономической деятельности организации; - формирование эффективной команды, мотивация персонала; - разработка и реализация бизнес-планов;
- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;
- анализировать взаимосвязи между стратегиями различного уровня с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
- использовать знания о работе с коллективами людей и отдельными работниками в управленческой деятельности;
- активно участвовать в реализации программы организационных изменений;
- применить основные выводы теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- использовать основные методы финансового менеджмента для принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала, стоимостной оценке активов, управления оборотным капиталом;
- оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании.

владеть:

- современными технологиями управления персоналом;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;

- методами выработки стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций;
- инструментарием стратегического менеджмента для разработки стратегии организации;

- методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения;

- средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления;

- методами и программными средствами обработки деловой информации, взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы в условиях развития экономики знаний;

- техниками финансового планирования и прогнозирования;

- правилами постановки проблемы, формулирования и проверки научных гипотез, использовать методы моделирования в научных исследованиях;

- методами количественного и качественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.

Освоение образовательной программы по специальности: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям) направление специальности: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный) должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций

академические компетенции:

- АК-1 Владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2 Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-3 Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4 Уметь работать самостоятельно.
- АК-5 Быть способным генерировать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-6 Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
- АК-7 Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.
- АК-8 Обладать навыками устной и письменной коммуникации.
- АК-9 Иметь лингвистические навыки.
- АК-10 Уметь самостоятельно повышать свою квалификацию в течении трудового пути.

социально-личностные компетенции:

- СЛК-1 Иметь высокую гражданственность и патриотизм, знать права и соблюдать обязанности гражданина.
- СЛК-2 Иметь навыки социального взаимодействия.
- СЛК-3 Обладать способностью к межличностным коммуникациям.
- СЛК-4 Владеть навыками здорового образа жизни.

СЛК-5 Уметь критиковать и быть самокритичным.

СЛК-6 Уметь работать в команде

профессиональные компетенции:

- ПК-1 Определять цели развития организации и разрабатывать мероприятия по их достижению.
- ПК-2 Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной.
- ПК-3 Уметь делегировать полномочия, распределять задачи и ответственность между исполнителями для работы подразделения организации.
- ПК-4 Проводить организационно-управленческое обследование предприятия (его подразделения) и выбирать наиболее эффективные формы его адаптации к условиям внешней среды.
- ПК-5 Проводить организационные изменения, снижать возможное сопротивление переменам со стороны персонала.
- ПК-6 Проводить оперативные совещания, деловые беседы и переговоры, собрания группы (трудового коллектива).
- ПК-7 Владеть техникой принятия индивидуальных и групповых управленческих решений, организации работ по их выполнению и контролю.
- ПК-8 Использовать современные информационные технологии и прикладные программы обработки данных для обоснования управленческих решений.
- ПК-9 Использовать разнообразные формы мотивации и стимулирования персонала для достижения целей организации.
- ПК-10 Осуществлять контроль технологических процессов, контроль качества продукции, работ, услуг.
- ПК-11 Разрабатывать производственную программу организации, обеспечив ее согласование с потребностями рынка, увязку с ресурсами организации, координацию деятельности подразделений организации при ее выполнении.
- ПК-12 Осуществлять организацию производства новых видов продукции.
- ПК-13 Обеспечивать ритмичную работу организации, управление запасами, выбор оптимальной схемы работы с поставщиками и потребителями.
- ПК-14 Принимать эффективные управленческие решения в экономической сфере.
- ПК-15 Владеть знаниями по нормативно-правовому обеспечению управленческой деятельности.
- ПК-16 Уметь анализировать деятельность организации на международных рынках и разрабатывать стратегии их завоевания.
- ПК-17 Анализировать, планировать и прогнозировать хозяйственную деятельность организации, используя данные оперативного,

статистического, бухгалтерского и управленческого учета и отчетности, учитывая конъюнктуру рынка и производственные возможности организации.

- ПК-18 Осуществлять экономические расчеты издержек на производство и реализацию продукции, показателей эффективности использования основных и оборотных средств организации, трудовых ресурсов.
- ПК-19 Анализировать и управлять ассортиментной, товарной, ценовой, маркетинговой политикой организации.
- ПК-20 Проводить оценку финансового состояния и финансовых результатов организации.
- ПК-21 Разрабатывать и внедрять мероприятия по рациональной организации и нормированию труда и заработной платы, производства, повышения качества продукции и услуг, включая их технологическую и организационную составляющую.
- ПК-22 Проектировать производственную систему, проводить организационно-технические расчеты в основном и вспомогательном производстве, планировать процессы производства, материально-технического обеспечения, логистики, оперативного управления развитием производства.
- ПК-23 Анализировать факторы окружающей среды, оказывающие влияние на жизнедеятельность человека и экономических объектов.
- ПК-24 Исследовать создание и развитие системы управления на микроуровне.
- ПК-25 Применять методы системного и ситуационного анализа для проектирования систем управления на предприятии с целью эффективного их функционирования.
- ПК-26 Обеспечивать управление научно-исследовательскими работами на предприятиях и в организациях.
- ПК-27 Разрабатывать и применять экономико-математические модели для решения задач управления.
- ПК-28 Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития организации, инновационным технологиям, перспективным проектам и решениям.
- ПК-29 Применять методы менеджмента в организации инновационной деятельности на всех этапах инновационного цикла.
- ПК-30 Формировать команды инновационных проектов с учетом основных принципов менеджмента.
- ПК-31 Определять цели инноваций и способы их достижения.
- ПК-32 Разрабатывать бизнес-планы создания и внедрения новых технологий.
- ПК-33 Оценивать экономическую эффективность инноваций и инновационных проектов.
- ПК-34 Осуществлять организацию инновационных процессов.

- ПК-35 Осуществлять различные виды устного и письменного перевода с иностранного языка на родной язык и с родного языка на иностранный.
- ПК-36 Анализировать возникающие переводческие трудности и находить оптимальные пути преодоления межъязыковых и межкультурных барьеров в различных ситуациях перевода.
- ПК-37 Самостоятельно работать с современными источниками получения информации (электронными, двуязычными словарями, энциклопедиями, переводческими порталами) и пользоваться современными технологиями в процессе осуществления перевода (мультимедийные средства и др.).
- ПК-38 Реализовать на практике современные подходы к организации труда переводчика-референта.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Экзамен (ответы студентов и беседа с экзаменуемыми) проводится на русском или белорусском языке.

В ходе подготовки экзаменуемые имеют право использовать программу комплексного государственного экзамена, учебные программы соответствующих дисциплин, включенные в программу комплексного государственного экзамена («Теоретические основы менеджмента», «Управление организацией», «Международный менеджмент», «Международный бизнес»), кодексы Республики Беларусь (Бюджетный кодекс, Налоговый кодекс), нормативно-правовые документы.

На подготовку к ответу обучающемуся отводится не менее 30 минут (но не более 1 астрономического часа). Время, которое отводится на ответ одного экзаменуемого, – до 30 минут.

Структура экзаменационного билета

Вопросы экзаменационного билета по учебным дисциплинам: «Теоретические основы менеджмента», «Управление организацией», «Международный менеджмент» и «Международный бизнес» отражают содержание образовательной программы по специальности 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям) направление специальности: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Экзаменационный билет состоит из двух частей: теоретической (2 вопроса) и практической (задача), позволяющие оценить полученные в процессе обучения знания и практические навыки.

Характеристика теоретической части:

Первый вопрос билета включает вопрос по разделу 1 учебной дисциплины «Теоретические основы менеджмента», включает систематические представления о подходах к изучению и применению теории и практики менеджмента.

Второй вопрос билета включает вопрос по разделу 2 учебной дисциплины «Управление организацией», отражающий теоретические аспекты сущности системного управления современной организацией, обоснования ее стратегии развития, управления хозяйственным лидерством, рисками, инновациями и качеством продукции.

Формулировка вопроса в экзаменационном билете является краткой (в виде постановки вопроса).

Содержание практической части экзаменационного билета соответствует отдельным темам раздела 3 учебных дисциплин «Международный менеджмент и международный бизнес» в виде решения задачи.

Для уточнения экзаменационной отметки обучающемуся, могут быть заданы дополнительные вопросы в соответствии с программой

государственного экзамена. Количество дополнительных вопросов не должно превышать трех.

СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Раздел 1. Учебная дисциплина «Теоретические основы менеджмента»

1 Основные этапы развития теории и практики менеджмента

Становление науки управления, наука управления в древних обществах. Формирование современной науки управления: Р. Оуэн, Ф.Тейлор и др. Школа научного менеджмента: Ф. Тейлор, Г. Форд и др. Школы административного управления: А. Файоль, Г. Эмерсон, М. Вебер. Социальные школы в науке управления: Э. Мэйо, М. Фоллет, Д. Макрегор и др.

Наука управления во 2-й половине XX века: школа «социальных систем», «количественная», принятия решений, прагматическая, ситуационная и др. Современные теории мотивации, содержательный и процессуальный аспекты.

2 Организация как система управления

Понятие организации. Формальные и неформальные организации. Системный подход к формированию и исследованию структуры и функций организации. Ресурсы организации.

Внутренняя среда организации: Цели, структура, задачи, технология и люди. Взаимосвязь внутренних переменных.

Внешняя среда организации. Элементы. Среда прямого воздействия. Зависимость организации от внешней среды.

Корпоративная культура и среда организации.

3 Функции менеджмента и их теоретическое обоснование

Сущность и взаимосвязь функций менеджмента. Характеристика основных функций менеджмента. Планирование - как функция менеджмента. Принципы и техника планирования. Организация - как функция менеджмента. Мотивация - как функция менеджмента. Контроль - как функция менеджмента. Виды контроля.

4 Методы менеджмента

Принципы менеджмента. Понятие и классификация методов менеджмента. Организационно-административные методы управления. Экономические методы управления. Социально-психологические методы.

5 Теории и системы мотивации

Эволюция методов мотивации персонала. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Пирамида А. Маслоу. Двухфакторная модель мотивации Ф. Герцберга. Теория «Х» и «У» Дуглас Макгрегора. Теория «Z» Оучи. Теория мотивации Макклелланда, Теория ожиданий и теория справедливости. Современные подходы к мотивации. Современные теории мотивации. Три взаимосвязанных систем вознаграждения: экономической системы стимулирования, психологической системы мотивации, социальной системы компенсаций.

6 Организационные структуры управления

Делегирование, ответственность и полномочия. Линейные и аппаратные (штабные) полномочия. Типы административного аппарата: консультативный, обслуживающий, личный. Разновидности аппаратных (штабных) полномочий: рекомендательные полномочия, обязательные согласования, параллельные полномочия, функциональные полномочия, линейные полномочия внутри аппарата.

Организационно-управленческие структуры (линейная, функциональная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная, проектная, сетевая, виртуальная). Выбор структуры. Принципы формирования ОСУ. Методы проектирования и совершенствования ОСУ.

Генезис организационных форм управления предприятиями. Современные тенденции в формировании систем и структур управления.

7 Управленческие решения

Понятие управленческого решения. Роль и место решений в управлении организацией. Классификация управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.

Процесс разработки и реализации управленческого решения.

Современные методы принятия управленческих решений. Принятие решений и моделирование. Индивидуальные и групповые методы принятия решений. Эвристические методы принятия решений.

Организация и контроль исполнения управленческих решений.

8 Теории лидерства и стили руководства

Понятие и содержание власти. Источники власти. Полномочия и власть. Авторитет. Доверие. Лидерство. Отношения управления менеджера и лидера. Делегирование, ответственность и полномочия. Делегирование полномочий как децентрализация управления, средство экономии времени менеджера, форма мотивации подчиненных, форма объединения индивидуальных

интересов вокруг общей цели. Признаки недостаточного делегирования; ошибки и искажения делегирования. Процедуры делегирования полномочий.

9 Коммуникации и конфликты в организационном управлении

Понятие коммуникации. Коммуникации в менеджменте. Общая схема передачи информации. Видов коммуникаций. Вербальная и невербальная коммуникации. Процесс коммуникации. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили. Восемь основных категорий коммуникационного процесса. Эффективные коммуникации. Пять основных барьеров на пути межличностных коммуникаций. Десять правил эффективного слушания. Способов повышения эффективности межличностных коммуникаций. Барьеры на пути организационных коммуникаций. Пути повышения эффективности организационных коммуникаций.

Природа и последствия конфликта. Причины конфликтов в организации. Причины организационного характера. Причины личностного характера. Типы конфликтов. Процесс и фазы развития конфликта. Методы управления конфликтной ситуацией. Структурные методы разрешения конфликта. Межличностные методы разрешения конфликта. Переговоры. Методы ведения переговоров. Когнитивная техника переговоров. Основы мастерства слушать.

Примерный перечень вопросов по разделу 1 для подготовки к комплексному государственному экзамену

1. Основные этапы развития теории и практики менеджмента.
2. Принципы научного управления Фредерика У. Тейлора.
3. Классическая теория управления. Характеристика фундаментальных принципов управления Г. Эмерсона и классических принципов управления А. Файоля.
4. Школа человеческих отношений в науке управления.
5. Понятие менеджмента, классификация теорий менеджмента.
6. Содержание основных функций менеджмента: прогнозирования, планирования, организации, лидерства, анализа и контроля деятельности персонала.
7. Понятие методов менеджмента. Их классификация
8. Административные методы менеджмента.
9. Экономические методы менеджмента.
10. Социально-психологические методы менеджмента.
11. Корпоративная культура и внутренняя среда организации.
12. Сущность функции планирования, постановка корпоративных целей.

13. Особенности стратегического менеджмента.
14. Понятие организационной структуры. Делегирование, виды властных полномочий, норма управляемости.
15. Характеристики организационной структуры: уровни принятия решений, формализация, департаментализация.
16. Сущность и классификация управленческих решений.
17. Модели и методы принятия управленческих решений.
18. Этапы принятия управленческого решения.
19. Функциональная и линейно-функциональная организационная структура.
20. Дивизиональная, матричная, командная, сетевая организационные структуры. Виртуальная организация.
21. Сущность функции лидерства. Власть в организации.
22. Стили руководства.
23. Понятие коммуникаций в организации.
24. Формальные каналы коммуникации в организации.
25. Неформальные и командные коммуникации.
26. Коммуникативные барьеры и их преодоление
27. Методы разрешения конфликтов.
28. Природа, причины и последствия конфликтов в организации.
29. Теория «Х» и «У», теория «Z» Оучи.
30. Типы конфликтов. Процесс и фазы развития конфликта.

Раздел 2. Учебная дисциплина «Управление организацией»

1 Организация и управление

Организация как объект управления. Организация (предприятие) — самостоятельный хозяйственный субъект. Основные, вспомогательные и обслуживающие процессы на предприятии. Характеристики организации. Признаки организации. Классификация организаций. Жизненный цикл организации.

2 Основы управления качеством на промышленных предприятиях

Концепция всеобщего управления качеством. Постулаты Э. Деминга. Качество и конкурентоспособность. Реакция потребителя на качество продукта. Стандартизация и сертификация продукции и производства. Стандарты ИСО. Инструменты повышения качества продукции. Партиципативная система управления качеством. Типовые структуры управления качеством продукции. Распределение функций между функциональными подразделениями. Типовые управленческие процедуры. Основные направления повышения эффективности управления качеством на промышленных предприятиях.

3 Сущность и система стратегического управления

Понятие и цели стратегического менеджмента. Процесс стратегического менеджмента. Система стратегического управления. Ключевые гипотезы стратегического управления.

4 Основные концепции и инструменты стратегического менеджмента

Концепция жизненного цикла товара. Концепция кривой опыта. Модель роста товара-рынка И. Ансоффа. Модель портфеля долей рынка (матрица БКГ). Матрица General Electric-McKinsey. Модель стратегического опыта – PIMS-модель.

5 Анализ внешней и внутренней среды предприятия

Оценка важности проанализированных факторов внешней и внутренней среды. Анализ конкуренции. Состав и структура конкурентных сил. Оценка интенсивности конкуренции на рынке. Матричный метод анализа конкурентной ситуации в отрасли. Матрица 5 сил конкуренции М. Портера. SWOT-анализ.

6 Определение миссии и целей предприятия

Главная цель предприятия и ее логическая декомпозиция. Важность постановки целей с точки зрения управления. Классификация и анализ существующих подходов к определению целей предприятия.

7 Стратегия организации

Иерархия стратегий на предприятии и их взаимосвязь. Эталонные группы стратегий. Стратегии: концентрированного роста, интегрированного роста, диверсифицированного роста, сокращения. Выбор стратегии. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Матрица Томпсона–Стриккланда.

8 Конкурентоспособность и потенциал предприятия

Сущность конкурентоспособности предприятия. Радар конкурентоспособности. Конкурентоспособность товарной массы. Синергизм и профиль способностей. Виды синергии. Методы оценки потенциала и синергетического эффекта.

9 Критерии и методы оценки эффективности управления

Основные понятия и принципы эффективности управления. Производственно-экономические и психологические критерии оценки эффективности управления. Базовые модели оценки эффективности управления организацией. Методы и модели оценки эффективности управления организацией.

10 Социально-экономическая сущность маркетинга

Рынок как условие и объективная экономическая основа маркетинга.

Сущность и определение маркетинга. Основные категории маркетинга.

Основные концепции маркетинга. Сущность современной концепции маркетинга. Американская, японская и скандинавская модели маркетинга. Основные принципы маркетинга. Цели маркетинга. Функции маркетинга. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства.

11 Процесс управления маркетингом

Понятие и характеристика процесса управления маркетингом. Комплекс маркетинга и его элементы. Организация службы маркетинга на предприятии. Субъекты маркетинга и их характеристика. Виды спроса и задачи маркетинга.

12 Система маркетинговых исследований

Общая характеристика и особенности системы маркетинговых исследований. Сущность и этапы маркетинговых исследований. Классификация маркетинговой информации. Виды и методы сбора информации. Организационные формы и направления маркетинговых исследований.

13 Маркетинговая среда

Особенности изучения маркетинговой среды предприятия. Понятие и сущность маркетинговой среды. Внутренняя среда предприятия. Микросреда фирмы. Методика изучения фирм. Макросреда предприятия и характеристика основных ее факторов.

14 Целевые рынки

Характеристика товарных рынков. Определение емкости рынка. Сегментация рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара.

15 Покупательское поведение на рынках

Методологические основы маркетинговых исследований потребителей. Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей. Мотивы покупательского поведения на потребительском рынке. Покупательское поведение на рынках предприятий. Права потребителей.

16 Товарная политика и разработка товаров

Жизненный цикл товара: общая характеристика; классическая кривая ЖЦТ и ее отклонения. Характеристика стадий ЖЦТ. Модель Бостонской консультационной группы. Модель General Electric.

17 Разработка коммуникационной политики.

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама в маркетинге. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности.

Личная продажа. Коммуникационные характеристики личной продажи.

Прием покупателя и установление контакта. Стимулирование сбыта как элемент комплекса коммуникаций. Тестирование и оценка мероприятий по стимулированию сбыта. Связи с общественностью. Основные функции, средства и приемы. Организация связей с целевыми аудиториями.

Примерный перечень вопросов по разделу 2 для подготовки к комплексному государственному экзамену

1. Организация как объект управления. Основные признаки организации.
2. Внутренняя среда организации: понятие, и составные элементы
3. Микросреда организации: понятие и составные элементы
4. Макросреда организации: понятие и составные элементы
5. Типы организационных структур управления и их сравнительный анализ
6. Планирование: сущность и виды. Бизнес-планирование.
7. Матричные методы стратегического анализа: матрица БКГ, McKinsey
8. SWOT-анализ как инструмент стратегического анализа
9. Жизненный цикл организации и размеры организации.
10. Кризисы в организации и управление организационными изменениями
11. Организационная культура: составные элементы, виды, функции, способы создания.
12. Основные понятия и цели управления персоналом организации
13. Диагностическая модель управления персоналом организации
14. Деловая карьера и методы оценки персонала организации
15. Трудовые ресурсы, персонал и человеческий потенциал организации
16. Кадровая политика организации
17. Социально-трудовые отношения, коллективный договор организации
18. Аттестация персонала: сущность, задачи, процесс проведения.
19. Должностные инструкции: понятие, структура. Компетенции персонала
20. Качество: подходы к определению. Параметры качества товара
21. Система менеджмента качества. Стандарты семейства ISO 9000
22. Затраты на качество: виды и принципы управления.
23. Инновации: понятие, функции и классификация
24. Оценка инновационной деятельности предприятия
25. Методы продвижения продукции
26. Методы исследования рынка: анкетирование, метод пробных продаж
27. Жизненный цикл товара
28. Оптовая торговля: понятие и основные функции
29. Розничная торговля: понятие и основные функции.
30. Конкурентоспособность товара: понятие и методы ее определения
31. Модель 5 сил М. Портера

- 32.Сегментация рынка
- 33.Реклама: сущность и основные виды
- 34.Методы стимулирования сбыта
- 35.Цены: сущность и виды. Методы формирования цен
- 36.Скидки в ценообразовании: виды и задачи

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Раздел 3. Учебная дисциплина «Международный менеджмент и международный бизнес»

1 Международный менеджмент и международный бизнес

Главные факторы и этапы развития менеджмента международного бизнеса, его предпосылки и экономическое содержание. Специфика экспортного менеджмента в современных условиях, базовые компетенции менеджера по международному бизнесу.

2 Мировое хозяйство и международное разделение труда

Открытая экономика. Экономическая безопасность. Разновидности среды международного бизнеса. Виды правовых систем в международном бизнесе. Роль международных организаций в регулировании международной торговли: ВТО, ЕС, СНГ, Евразийский Экономический Союз.

3 Организационные формы ведения международного бизнеса и международной кооперации.

Предпосылки международной кооперации в современных условиях. Терминология ведения международного бизнеса. Организационные формы международного бизнеса в странах СНГ и ЕАЭС. Транснациональные компании (ТНК). Виды и организационные формы ТНК. Схемы управления и факторы роста ТНК.

4 Кросскультурные проблемы менеджмента

Основные элементы кросскультурных проблем. Общие положения. Сущность и определения. Структура кросскультурных проблем. Функции культуры. Значение факторов культурной среды для международного бизнеса. Взаимодействие культуры и бизнеса. Влияние религии на бизнес. Особенности ведения переговоров с иностранными компаниями.

5 Фактор глобализации в международном бизнесе и оценка готовности Беларуси к глобализации.

Общая характеристика глобализации. Преимущества и недостатки процессов глобализации для организаций и предприятий, участвующих во внешнеэкономической деятельности. Беларусь и глобализация. Последствия глобализации для экономики Беларуси.

6 Понятие конъюнктуры и экономических циклов в развитии мировой, региональной и страновой экономик.

Общие положения. Основные понятия и определения: Экономическая конъюнктура и ее факторы, конъюнктура товарного рынка. Экономические циклы. Большие циклы Кондратьева. Хозяйственная парадигма и международная конкуренция.

7 Конкурентоспособность на мировых рынках

Международная конкурентоспособность. Ключевые факторы конкурентоспособности. Формы, уровни и методы конкуренции. Теоретические модели оценки конкурентоспособности. Факторы национальной конкурентоспособности Беларуси и государственные механизмы повышения конкурентоспособности продукции белорусских предприятий. Инновации как фактор конкурентоспособности. Международные рейтинги конкурентоспособности. Особенности конкурентной борьбы на международных рынках. Инструменты повышения конкурентоспособности лизинг, факторинг и др.

8 Цена и ценовая политика в международном бизнесе.

Понятие цены. Факторы множественности мировых цен.

Мировые цены сырьевых товаров. Определение цены на рынках готовых изделий. Влияние валютного курса на экспортные и импортные цены. Анализ и прогноз мировых цен. Скидки. Порядок формирования экспортной цены. Влияние инфляции на экспортные и импортные цены. Виды ценовой политики. Разработка ценовой стратегии. Проблемы ценообразования. Источники информации о ценах.

9 Стратегический менеджмент в международном бизнесе

Понятие стратегического менеджмента. Предпосылки и основные определения стратегического менеджмента. Функции и задачи стратегического планирования, краткосрочное и долгосрочное планирование, требования к стратегическому плану. Миссия и стратегические цели предприятия. Методы, инструменты и технологии стратегического менеджмента. Инвестиционное проектирование. Инструменты привлечения инвестиций: кредиты, аренда, лизинг.

10 Международный маркетинг

Определение маркетинга, сегментирование рынка, аудит рынка, план маркетинга, информация для маркетинговых исследований. Интернет как средство исследования зарубежного рынка. Торговые и информационные сети и центры в системе международного маркетинга. Отраслевая и региональная специфика маркетинга.

11 Внешнеэкономическая деятельность

Основные понятия и термины. Внешнеэкономические связи (ВЭС) и внешнеэкономическая деятельность (ВЭД). Место и роль ВЭД в экономике страны. Значение ВЭД для современной экономики Беларуси. Новые тенденции и цели делового партнерства во внешнеэкономической деятельности. Многостороннее регулирование торгово-экономических отношений.

12 Логистика в международном бизнесе

Определение логистики. Функциональные области логистики. Информационные технологии в логистике. Логистический анализ. Закупочная, производственная, распределительная логистика.

13 Системы международной идентификации и кодирования товаров

Термины и определения. Товарная нумерация. Международная система товарной нумерации. Система товарной нумерации EAN. Система УСС. Система EAN Беларуси. Штриховая идентификация. Штриховое кодирование. Товарный номер. Штриховой идентификационный код. Депозитарий штриховых кодов. Основные принципы применения внутренних кодов. Идентификационные номера единиц поставки.

14 Роль стандартизации и сертификации в международной торговле

Понятия и определения. Значение сертификации для работы на внешних рынках. Международные организации по сертификации. Международные стандарты ИСО 9000:2000. Экологическая сертификация и маркировка. Требования в отношении этикетирования, маркировки и упаковки. Внедрение стандартов ИСО в Республике Беларусь. Стандарты как фактор инновационности. Сертификация импортных товаров. Проблемы внедрения менеджмента качества на белорусских предприятиях

15 Товаропроводящие сети

Понятие товаропроводящей сети (ТПС). Общие положения. Назначение ТПС. Формы продвижения товаров на внешние рынки. Формы организации ТПС. Первоочередные мероприятия по совершенствованию ТПС. Мера эффективности системы товародвижения. Современные подходы к организации продвижения товаров. Страховые и инспекторские компании.

16 Международные конкурсные торги и государственные закупки

Общие сведения о международных торгах и государственных закупках. Методы, формы и процедуры, используемые в конкурсных торгах. Рекомендации международных организаций и форумов по организации и проведению конкурсных торгов. Особенности государственных закупок в развитых и развивающихся странах. Конкурсные торги как элемент международного маркетинга.

17 Международная торговля услугами

Трансграничная торговля бизнес-услугами: финансовыми, страховыми и др. Международные счета для учета торговли деловыми услугами. Современное состояние и перспективные направления экспорта услуг Республики Беларусь.

ЗАДАЧИ

Кроме теоретических вопросов в экзаменационных билетах предусмотрены задачи, позволяющие применить полученные знания и умения для решения конкретных практических ситуаций. При этом студент должен пояснить и обосновать выводы. В качестве примера приводится алгоритм решения некоторых задач.

Задача №1:

Компании США импортируют 1млн. пар обуви из Китая по цене 20\$, адвалорная импортная пошлина – $T_a = 50\%$.

После создания зоны свободной торговли NAFTA - компании США прекратили закупки в Китае и стали закупать обувь в Мексике, где цена была – 25\$ за пару обуви.

1. Какой эффект интеграции имеет место в данном случае?
2. Определить выигрыш потребителей США.
3. Как это скажется на бюджете США?
4. Как это скажется на производителях в Мексике?
5. Ваши дополнительные комментарии.

Решение

1). После создания зоны свободной торговли NAFTA (подписания и ратификации соответствующего международного соглашения) обувь из Мексики, как государства члена ЗСТ - NAFTA, уже не будет облагаться импортными пошлинами в США, следовательно – имеет место эффект экономической интеграции, называемый потокообразующим эффектом, так как обувь из Мексики будет поступать в США по цене 25\$, при цене китайской пары обуви $20\$ + 10\$ = 30\$$.

2). Выигрыш потребителей в США составит:
 $1\ 000\ 000 * (30 - 25)\$ = 5\ 000\ 000\$$.

3). Бюджет США недополучит в данном случае:

1 000 000 пар обуви * Импортную пошлину 10\$ = итого 10 000 000\$.

4). Производители в Мексике увеличат свое производство на 1 000 000 пар обуви и получают дополнительную прибыль.

5). Производители в Мексике могут так же получить дополнительную прибыль от т.н. эффекта масштаба.

Кроме того, нужно учитывать возможную адаптацию китайских поставщиков обуви в плане понижения цен на свою продукцию, и, как следствие – обострение конкуренции на рынке обуви в США.

Задача №2:

Спрос и предложение сахара в стране С1 описываются уравнениями:

$$Q_d = 250 - 5P, Q_s = -50 + 10P.$$

Цена за мешок сахара в стране С2 – 15\$, а в стране С3 – 10\$.

Определить цену сахара в стране С1 при отсутствии внешней торговли и объемы производства и потребления сахара.

Страна С1 вводит импортный тариф в размере $T_a = 30\%$. Как изменится цена сахара на рынке С1, и объемы потребления, производства, импорта и выигрыш и проигрыш потребителей и производителей?

Страны С1 и С2 образовали таможенный союз. Определите цену на товар в стране С1, объемы производства, потребления и импорта, доходы или потери бюджета от взимания импортного тарифа. Какой эффект интеграции имеет место?

Каково общее влияние таможенного союза на благосостояние страны С1?

Решение

1). Цена сахара в стране С1 при отсутствии внешней торговли определяется как равновесная цена : $Q_d = Q_s$,

$250 - 5P = -50 + 10P$, откуда находим цену мешка сахара:

$$P = 300 : 15 = 20\$.$$

Производство сахара составит: $Q_s = -50 + 10 * 20 = 150$ мешков,

Потребление сахара составит: $Q_d = 250 - 5 * 20 = 150$ мешков.

2). При введении импортной адвалорной пошлины 30% от таможенной стоимости импортируемого товара наиболее конкурентоспособным окажется сахар и страны С3, цена которого

будет равна $10\$ + 30\% * 10 / 100\% = 13\$$,

при этом потребление сахара в стране С1 в соответствии с законом спроса возрастет до уровня:

$$Q_d = 250 - 5 * 13 = 185 \text{ мешков,}$$

а производство уменьшится до уровня:

$$Q_s = -50 + 10 * 13 = 80 \text{ мешков.}$$

Объем импортируемого сахара:

$$185 - 80 = 105 \text{ мешков.}$$

3). При образовании таможенного союза стран С1 и С2, при сохранении условий торговли с третьей страной – С3, условия торговли в стране С1 не изменятся, так как цена на сахар останется той же - на уровне 13\$.

Т.е. при неизменных условиях торговли эффекта от ТС в данном случае, в части торговли сахаром – не наблюдается.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Беляцкий Н.П. Управление человеческими ресурсами (HRM). Учебно-методическое пособие. – Мн.: ФУ Аинформ, 2006. – 320 с.
2. Зуб А. Т. Теория менеджмента. Учебник для бакалавров. — М.: Питер, 2020. 672 с.
3. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Теория менеджмента. Учебник для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2019. - 288 с
4. Глущенко, А. В. Стратегический учет: учебник и практикум для бакалавриата, специалитета и магистратуры / А. В. Глущенко, И. В. Яркова. –М.: Юрайт, 2019. – 240 с.
5. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.И. Малюк. – М.: Юрайт, 2019. – 361 с.
6. Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. –М.: Юрайт, 2019. – 261 с. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.
7. Ричард Дафт "Управленческие решения. Секрет успеха" <http://best-resume.net/free/daft.htm>
<http://mibif.indi.ru/proftest/innmeneg/2/index.htm>
формирование решаемых менеджментом задач
<http://www.garant.samara.ru/press/ok/ok002/32-1.htm> менеджмент как он есть
8. Дафт Р. Теория организации, - М.: Юнити, 2009 – 736 с
9. Демчук О.Н. Ефремова Т.А. Теория организации: учебное пособие – М.: Флинта: МПСИ, 2009 – 264 с
10. Олянич Д.В. Теория организации: учебник - Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 408 с
11. Лафта Дж. К. Теория организации: учеб. пособие – М.: ТК Велби, Из-во Проспект, 2006 – 416 с
12. Латфуллин Г.Р., Райченко А.В. Теория организации: Учебник для вузов – СПб.: Питер, 2004. – 395 с
13. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – 5-е издание – М.: ИНФРА-М, 2006. - 720 с.
14. Петрович М. Управление организацией – Мн.: Дикта, 2008 – 864 с
15. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12 изд.– Киев: Вильямс, 2003.– 928 с.
16. Велесько Е.И., Неправский А.А. Стратегический менеджмент.– Минск: БГЭУ, 2009.– 307 с.

17. Рубашный В.С. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность: курс лекций / Минск: БГУ, 2007. – 368 с.
18. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент: учебник по специальности "Менеджмент организации" / В. Г. Медынский. - Москва : Инфра-М, 2008. - 293 с.
19. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент : учебник по экономическим и техническим специальностям / Р. А. Фатхутдинов. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер : Питер Пресс, 2008. - 442 с.
20. Валевиц, Р. П. Управление качеством товаров и услуг: учеб. пособие для студ. вузов/Р.П. Валевиц, О.Б. Пароля.- Минск : БГЭУ, 2008. - 301 с.
21. Мазур, И.И. Управление качеством: учеб. пособие для студ. вузов/И.И. Мазур, В.Д. Шапиро.- 2-е изд.- М. : Омега-Л, 2005. - 399 с
22. Управление качеством: учеб.- метод. пособие / В.Е. Сыцко, В.В. Садовский, Л.В. Целикова; под общ. ред. В.Е. Сыцко.- Минск : Выш. шк., 2008. - 192 с.
23. Третьяк О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления. М.: ИНФРА-М. 2009.
24. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. М., 2010.
25. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – Спб: Питер Ком., 2009.
26. Акулич И.А. Маркетинг. – Мн., 2011.
27. Беляцкий Н.П. Управление человеческими ресурсами (HRM) Учебно-методическое пособие. – Мн.: ФУ Аинформ, 2006. – 320 с.
28. Бухалков М.И., Кузьмина Н.М., Бабордина О.А. Управление персоналом на предприятии. Учебник. – М.: Экзамен.2008.
29. Беляцкий Н.П. Управление персоналом // Учебник. – Мн. «Современная школа». – 2009.
30. Балашов А.И., Котляров И.Д., Санина А.Г. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика. – М., 2012. .
31. Базылева М.Н., Бабаян О.А. Трудовые отношения и экономический рост в новой экономике. – Мн.: ООО «Мисанта». – 2008.
32. Дейнека А.В. Управление персоналом // Учеб. пособие для вузов. – М., 2010.
33. Управление персоналом // Под ред. И.Б. Дураковой. – М.: ИНФРА-М, 2009.
34. Петрович М.В. Управление персоналом // Учеб. пособие. – Мн.: «Амалафея». – 2013.
35. Управление персоналом // Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2010.
36. Тихонова Л.Е., Джен Щинхуа / Рынок труда в переходной экономике КНР: становление и регулирование. – Мн.: БГУ, 2010.
37. Паньшин, Б.Н. Менеджмент международного бизнеса : курс лекций / Б. Н. Паньшин. – Минск : БГУ, 2008. – 343 с.

1. Белорусов, А. С. Международный менеджмент: учебник. – М.: Юристъ, 2000. – 280 с.
2. Данильченко, А.В. Международный менеджмент./ А.В.Данильченко, О.Ф.Малашенкова, К.В.Якушенкова. – Минск. 2012.
3. Дюмулен, И. И. Международная торговля услугами / И.И. Дюмулен. – М.: Экономика, 2003. – 315 с.
4. Евтухов, В. С. Международный менеджмент: учеб. пособие. – Гомель: МИТСО, 2001. – 395 с.
5. Крофт, М. Дж. Сегментирование рынка / М. Дж. Крофт. — СПб: Питер, 2001. — 128 с.
6. Международный менеджмент. Учебник для вузов / под ред. С. Э. Пивоварова, Д. И. Баркана, Л. С. Тарасевича, [и др.], – СПб : Изд-во «Питер», 2000.
7. Портер, М. Конкуренция, М: Вильямс, 2000, 496 с.
8. Сейфуллаева, М.Э. Международный менеджмент / М.Э. Сейфуллаева – М., 2012
9. Юрик В.В. Экономика внешнего сектора: пособие для студентов экономического факультета, обучающихся по специальности 1-26 02 02 "Менеджмент (по направлениям)" / В. В. Юрик – Минск: БГУ, 2010, 134 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Исследование систем управления: Учеб. пособие. / Под ред .Э.М. Короткова. М.: ИНФРА-М, 2003. – 176 с.
2. Соловьев, В.С. Организационное проектирование систем управления: Учебное пособие. / В.С. Соловьев. - М: ИНФРА-М, - Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 136 с.
3. Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского.– СПб.: Питер, 2002.
4. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7 издание.– СПб.: “Питер”, 2007.
5. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг менеджмент и стратегии. 4-е издание.- СПб.: Питер, 2007.
6. Портер М., Прахалад С., Самплер Дж. Курс МВА по стратегическому менеджменту. 4 издание.– М: Альпина, 2007.
7. Расиел И, Фрига П. Инструменты McKinsey. Лучшая практика решения бизнес-проблем.- Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2007.
8. Портер, М. Конкуренция. – / М. Портер. М., 2003. – 250 с.
9. Mead R. International Management: Cross cultural dimensions. Oxford : Blackwell Business, 1994.

- 10.Балашевич М.И. Международный бизнес: учебное пособие./М.И.Балашевич, А.Н.Ковтуненко, В.И. Нестеренко, Г.В.Турбан, Минск, БГЭУ, 2013.- 296с.
- 11.Джон Д.Дэниелс, Ли Х.Радеба. Международный бизнес внешняя среда и деловые операции. – М.: ДЕЛЮ Лтд, 2003.
- 12.Международный менеджмент: учебник для вузов / С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича, А.И. Майзеля. – СПб.: Издательств-во ПИТЕР, 2000.

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
КОМПЛЕКСНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
