

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
КЕМЕРОВСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Кафедра финансов и банковского дела

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. директора Кемеровского института
(филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова



Ю.Н. Клещевский

«09» 2019 г.

ПРОГРАММА

**вступительного экзамена
по специальной дисциплине**

Рекомендуется для направления подготовки

38.06.01 «Экономика» (уровень подготовки кадров высшей квалификации),

профиль (направленность): Экономика и управление народным хозяйством

Квалификация (степень) выпускника: **Исследователь. Преподаватель-исследователь**

Кемерово 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
2. Содержание вступительного экзамена.....	3
2.1 Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами	3
Раздел 1. Предприятия, отрасли, комплексы в системе национальной экономики	3
Раздел 2. Государственное регулирование деятельности предприятия, отрасли, комплекса.....	4
Раздел 3. Ресурсный потенциал и механизмы управлениями предприятиями, отраслями, комплексами.....	4
Раздел 4. Система управления предприятиями, отраслями, комплексами: региональный аспект	5
2.2 Управление инновациями.....	6
Раздел 1. Введение в предпринимательство	6
Раздел 2. Продвижение научно-технических разработок на межрегиональные и международные рынки.....	6
Раздел 3. Стратегия коммерциализации научно-технических разработок	6
Раздел 4. Интеллектуальная собственность как основа инновационного бизнеса	7
2.3 Маркетинг	7
Раздел 1. Методология маркетинга.....	7
Раздел 2. Стратегические и тактические решения в маркетинге	8
Раздел 3. Маркетинговые исследования.....	9
3. Вопросы вступительного экзамена	9
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение вступительного экзамена	13
5. Формирование балльной оценки вступительного экзамена по специальной дисциплине.....	15

1. Общие положения

Программа вступительного экзамена в аспирантуру Кемеровского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова по специальной дисциплине по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» по научной специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» (уровень подготовки кадров высшей квалификации) и итоговыми экзаменационными требованиями за полный курс обучения в ВУЗе.

2. Содержание вступительного экзамена

2.1 Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

Раздел 1. Предприятия, отрасли, комплексы в системе национальной экономики

1. Предприятие, отрасли, комплексы в системе национальной экономики Структура национальной экономики. Общая характеристика. Элементы структуры: сферы, секторы, комплексы, отрасли. Показатели структуры национальной экономики: доля отдельных отраслей и ее изменение в динамике, доля прогрессивных отраслей, коэффициент опережения. Региональные аспекты структурной перестройки.

2. Предприятие – основное звено экономики Предприятие и предпринимательство в рыночной среде. Типы предприятия. Юридические и физические лица. Организационно-правовые формы предприятия: товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы, унитарные казенные предприятия. Франчайзинговая форма организации бизнеса. Понятие и процедура банкротства. Санация и преобразование. Ликвидация предприятия.

3. Экономический механизм функционирования предприятий, отраслей, комплексов: региональный аспект.

Планирование на предприятиях, в отраслях и комплексах с учетом регионального аспекта. Организация планирования на предприятиях, отраслях и комплексах в регионе. Составление производственной программы. Производственная мощность, предприятий, отрасли, комплекса. Методы расчета и показатели использования ресурсов предприятия, отрасли, комплекса. Система плановых нормативов и показателей: принципы и методы планирования, виды планирования Издержки, прибыль и рентабельность производства. Понятие и виды затрат предприятия. Себестоимость продукции: состав и структура затрат, включаемых в себестоимость продукции, группировка затрат по экономическим элементам (смета затрат на производство), группировка затрат по статьям калькуляции. Планирование себестоимости продукции (услуг) на предприятии с учетом регионального аспекта. Прибыль и рентабельность.

Раздел 2. Государственное регулирование деятельности предприятия, отрасли, комплекса

Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов. Вертикаль и горизонталь отраслевой власти, и место государственного регулирования в обеспечении надежности и безопасности функционирования предприятий, комплексов, отраслей. Система государственного регулирования предприятий, комплексов, отраслей. Принципы и подходы к выработке мер государственного воздействия на предприятия, отрасли, комплексы: региональный аспект. Характер отношений местных органов власти и предприятий: региональный аспект. Отраслевой принцип построения и регулирования предприятий, отраслей, комплексов. Межотраслевые комплексы в сфере услуг и проблемы их экономических отношений с государственными структурами. Формы государственной поддержки предприятий, отраслей, комплексов с учетом регионального аспекта.

Раздел 3. Ресурсный потенциал и механизмы управления предприятиями, отраслями, комплексами

1. Экономические ресурсы: понятие, классификация, воспроизводственная структура. Ресурсы предприятий, отраслей, комплексов в региональном контексте. Качественные и количественные характеристики ресурсного потенциала и его влияние на социально-экономическое развитие предприятий, отраслей, комплексов в регионе. Структура экономических ресурсов предприятий, отраслей, комплексов Кузбасса. Инновационный потенциал предприятий, отраслей и комплексов, их оценка и экономико-организационные условия эффективной реализации. Управление ресурсами предприятий, отрасли, комплекса: принципы, подходы, методы.

2. Показатели использования ресурсов предприятий, комплексов, отраслей с учетом региональных особенностей. Основные методы и подходы к оценке эффективности использования ресурсов. Современные теории управления ресурсами. Оптимизация ресурсов по объему и структуре на основе теории управления затратами.

3. Материально-вещественные, человеческие и информационные ресурсы в системе управления предприятиями, отраслями, комплексами. Материально-вещественные ресурсы предприятий, отраслей, комплексов, их экономическое содержание и воспроизводство. Инвестиционные ресурсы в развитии региональных отраслей, комплексов и методы повышения инвестиционной привлекательности. Человеческий ресурс в эффективности функционирования предприятий. Интеллектуальный потенциал человеческого ресурса и система его воспроизводства. Экономические основы государственного регулирования интеллектуальной собственности в отраслях и комплексах. Образовательные услуги и их трансформация в воспроизводственных

процессах ресурсного и инновационного потенциала предприятий. Экономические условия и последствия благотворительности, меценатства и спонсорства в деятельности предприятий, отраслей, комплексов. Управление экономическим ресурсом, приобретаемым на условиях благотворительности. Информационный ресурс и эффективность его использования в сфере услуг.

Раздел 4. Система управления предприятиями, отраслями, комплексами: региональный аспект

1. Основопологающие принципы управления предприятиями, отраслями, комплексами региона. Основные этапы развития теории управления субъектами рыночных отношений. Элементы системы управления. Методы и виды управления, их использование в системе управления предприятиями, отраслями, комплексами региона. Мотивация персонала в управления предприятиями, отраслями, комплексами региона. Особенности мотивационных стимулов в реализации задач обеспечения качества и надежности управления предприятиями, отраслями, комплексами региона.

2. Экономические стимулы и их использование в управления предприятиями, отраслями, комплексами региона. Принципы формирования комплекса материальных и нематериальных стимулов. Характер взаимодействия организации и персонала в реализации цели предприятий, отраслей, комплексов.

3. Эволюция систем управления предприятиями, отраслями, комплексами на основе новых информационных технологий Развитие и модернизация систем управления предприятиями, отраслями, комплексами на основе новых инновационных информационных технологий. Управление денежными потоками, технологическими процессами формирования и оказания услуг в системе «on-line». Электронная продажа услуг и ее перспективность.

4. Планирование и анализ хозяйственной деятельности в системе управления. Стратегический и тактический планы, методы их обоснования и организация выполнения. Индикативное планирование и его использование для обоснования перспектив в развитии предприятий, отраслей, комплексов. Программно-целевое управления предприятиями, отраслями, комплексами; пределы и возможности использования программ в решении наиболее значимых проблем в развитии.

2.2 Управление инновациями

Раздел 1. Введение в предпринимательство

1. История предпринимательства России История российского предпринимательства. Сущность и виды предпринимательства. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности. Кузбасс – территория инновационного развития (АИК «Кузбасс»)

2. Развитие ресурсов субъектов инновационной деятельности. Развитие технологической инфраструктуры. Развитие консалтинговой инфраструктуры. Развитие кадровых ресурсов. Развитие информационных ресурсов. Развитие финансовых ресурсов. Развитие сбытовой инфраструктуры наукоемкой продукции.

Раздел 2. Продвижение научно-технических разработок на межрегиональные и международные рынки

1. Инфраструктура

Продвижение разработок через конкурсы. Продвижение разработок через выставки и ярмарки. Использование СМИ для продвижения разработок. Использование новых информационных технологий. Продвижение разработок через презентации. Информационное обеспечение продвижения разработок (защита информации о разработках, качество информации о разработках, информационно-аналитическое обеспечение).

2 Бизнес-инновационная сеть сотрудничества России и ЕС

Проект Gate to Russian Business and Innovation Networks (Gate2RuBIN), имеющий важное значение для развития европейской инновационной политики и международного научно-технического сотрудничества между Россией и ЕС и, прежде всего, сотрудничества с европейскими сетями поддержки бизнеса и инноваций, европейской инновационной инфраструктурой. Основные направления услуг по поддержке бизнеса и инноваций:

Трансфер технологий извне (технологические запросы): идентификация местных технологических потребностей; поиск поставщиков технологий в сети; поддержка в фазах взаимодействия и реализации.

Раздел 3. Стратегия коммерциализации научно-технических разработок

1. Формирование предпринимательской бизнес-идеи.

Формирование и фиксирование бизнес-идеи. Проведение SWOT-анализа бизнес-идеи. Виды и особенности инновационной деятельности, механизмы, жизненные циклы и менеджмент инноваций, задачи и функции менеджера по коммерциализации технологий, основные понятия, модель и порядок проведения трансфера и коммерциализации наукоемких технологий.

Раздел 4. Интеллектуальная собственность как основа инновационного бизнеса

1. Объекты интеллектуальной собственности Объекты интеллектуальной собственности и их характеристики; методы оценки стоимости интеллектуальной собственности. Примеры передачи интеллектуальной собственности посредством авторского договора. Механизм исполнения законов о таможенной защите интеллектуальной собственности. Практика применения инновационных технологий в сфере защиты объектов интеллектуальной собственности.

2. Международно-правовые аспекты защиты интеллектуальной собственности. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Стандарты ТРИПС) как международная основа в сфере защиты объектов интеллектуальной собственности стран-членов ВТО (WTO). Законодательство ЕС в сфере защиты интеллектуальной собственности (важность данного направления обусловлена двумя основными факторами: страны ЕС – основной торговый партнер РФ; происходит постепенное сближение законодательств в сфере таможенного дела ЕС и России).

2.3 Маркетинг

Раздел 1. Методология маркетинга

1. Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга Цели, задачи и предмет дисциплины маркетинг. Профессиональные компетенции, формируемые при освоении дисциплины. Межпредметные связи маркетинга с другими дисциплинами. Структура дисциплины. Функции и принципы маркетинга.

2. Парадигмы и концепции маркетинга История возникновения (генезис), развитие (эволюция), трансформация (преобразование, видоизменение) и конвергенция (слияние) парадигм (устоявшихся традиций) маркетинга. Виды и различия маркетинговых парадигм: маркетинг производителя - маркетинг покупателя - маркетинг партнерских отношений. Парадигмальный отклик маркетинга на турбулентность современной экономики. Формирующиеся маркетинговые парадигмы.

3. Концепция маркетинг-менеджмента Прогрессивная концепция маркетинг-менеджмента. Современные концепции менеджмента, эффективные в настоящий и перспективный временные периоды. 4. Категории современного маркетинга Категории маркетинга, их современное терминологическое оформление: маркетинг, рынок, комплекс маркетинга, товар, ассортимент товара, цена, распределение товаров, коммуникации с покупателями, нужды,

потребности, спрос, конъюнктура спроса, покупатель-плательщик-потребитель. Терминологическая критика категорий маркетинга.

Раздел 2. Стратегические и тактические решения в маркетинге

5. Стратегия целевого маркетинга

Стратегия целевого маркетинга: понятие, цели, эффективность и методологическая критика. Концепция цепочки доставки ценностей. Сегментация рынка: понятия. Признаки сегментации: географические, социально-демографические, социологические, поведенческие. Выбор мишени. Выбор стратегии охвата рынка. Выбор стратегического сегмента: критерии выбора. Выбор и формирование ЦПА и УТП. Позиционирование товара: понятие, цели, принципы и методология. Карта позиционирования и техника ее построения.

6. Товар как категория маркетинга и товарная политика

Маркетинговые требования к товару, основополагающие характеристики товара: ассортимент, качество, цена, товарная информация, их определение с позиций маркетинга. Многоуровневая модель товара (товарная луковица), характеристики уровней. Мультиатрибутивная модель товара - преимущества и недостатки концепции. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества товаров: понятие, критерии и методология формирования. Товарная политика. Формирование ассортимента товаров.

7. Цена как категория маркетинга ценовая политика

Цена: понятие, значение. Цели и методы политики ценообразования. Факторы, влияющие на определение цены. Ценовые преимущества: концептуальное толкование и методологическое оформление.

8. Распределение товара как категория маркетинга и распределительная политика

Основные понятия: распределение, реализация и товародвижение. Формы и методы продаж: сущность, значение, эволюция и конвергенция. Современные методы продаж: их преимущества и недостатки. Торговое посредничество: терминологическое понятие, концептуальное осмысление, виды.

9. Маркетинговые коммуникации и политика поддержки продаж

Маркетинговые коммуникации: понятие, назначение, виды. Коммуникационный комплекс маркетинга: концепция, структура, отличительные признаки входящих в него инструментов, их эволюция и конвергенция. Методы формирования и распределения бюджета содействия продажам товаров. Отличительные особенности стратегии и тактики содействия продажам на зарубежных рынках.

Раздел 3. Маркетинговые исследования

10. Маркетинговые исследования: понятие, назначение, цели, задачи, объекты. Определение этапов исследований, их краткая характеристика. Задачи маркетинговых исследований, их виды. Методы маркетинговых исследований: кабинетные и полевые. Виды полевых исследований: особенности, их достоинства и недостатки, сфера применения. Методология ситуационного анализа. Маркетинговая информация: понятие, виды, источники, критерии отбора.

11. Анализ маркетинговой среды и возможностей. Маркетинговая среда компании: понятие, классификация. Характеристика внутренней и внешней среды, их составные элементы (среды), возможности организации контроля внутренней среды, необходимость учитывать факторы внешней среды. Анализ окружающей среды компании. Выявление маркетинговых возможностей компаний и рынков.

3. Вопросы вступительного экзамена

1. Система управления и эффективность использования капитала на предприятиях.
2. Управление инновационными процессами на предприятии.
3. Система управления денежными потоками на предприятии.
4. Управление активами предприятия по структуре и эффективности использования
5. Инвестиционные ресурсы предприятия, их формирование и эффективность использования.
6. Управление основными средствами на предприятии, оптимизация их использования.
7. Заемные ресурсы предприятий как источник финансирования, условия и эффективность привлечения.
8. Финансовая устойчивость и платежеспособность предприятий, условия их достижения.
9. Управление товарными запасами на предприятиях: оценка, планирование, контроль
10. Бюджетирование по структурным единицам предприятий: организация, планирование, контроль.
11. Экономическая эффективность управления предприятиями: оценка, планирование.
12. Проектирование бизнес-процессов на предприятии на основе реинжиниринга.
13. Управление инвестиционными процессами и методы повышения инвестиционной привлекательности предприятий.
14. Надежность и устойчивость предприятий, формы и методы обеспечения.
15. Формы и методы управления затратами на предприятии.
16. Денежные потоки на предприятии: их характеристика, методы планирования.
17. Планирование деятельности предприятия, виды планов и их взаимосвязь.

18. Конкурентоспособность услуг, методы оценки и направления повышения конкурентных преимуществ.
19. Управление доходами на предприятии: методы планирования, организация, контроль.
20. Эффективность хозяйственной деятельности предприятия и факторы ее определяющие.
21. Себестоимость продукта, факторы и условия ее определяющие.
22. Финансовый план предприятия, методы и порядок его обоснования.
23. Прибыль предприятий, ее виды и направления оптимизации.
24. Трансакционные затраты на предприятиях, их анализ и методы оптимизации.
25. Материальные активы предприятий, их характеристика и эффективность использования.
26. Оборотные средства предприятий, источники образования и эффективность использования.
27. Концепция контроллинга на предприятии в обеспечении эффективности его функционирования.
28. Инвестиционные ресурсы предприятий, методы их аккумуляции и эффективного использования.
29. Оценка и планирование конкурентоспособности предприятия.
30. Бизнес-план предприятия: порядок, методы его разработки, организация выполнения.
31. Материальные ресурсы предприятий, их воспроизводство и эффективность использования.
32. Доходы предприятий: понятие, виды, состав и значение.
33. Расходы предприятий: понятие, состав и классификация.
34. Себестоимость продукта, понятие, состав и методика расчета.
35. Финансовое состояние предприятий, показатели, характеризующие финансовое положение, их динамика и факторы, влияющие на финансовое положение предприятий.
36. Формы и система оплаты труда на предприятиях, методы оптимизации.
37. Прибыль и рентабельность предприятий, их сущность, расчет и факторы, влияющие на рентабельность предприятий.
38. Финансовые ресурсы предприятий, их понятие, состав и источники образования.
39. Комплексная оценка экономического и финансового положения предприятий на рынке потребителей кредитных ресурсов.
40. Управление затратами на предприятиях: назначение, методы, порядок анализа и принятия решений.
41. Экономический потенциал предприятий, его параметры и конкурентоспособность.
42. Имущество предприятий, его состав, значение и источники формирования.
43. Эффективность использования основных фондов предприятий Показатели эффективности и пути их повышения.

44. Амортизация основных фондов предприятий: понятие, назначение и методы расчета. Место амортизации в системе формирования инвестиционных ресурсов.
45. Трудовые ресурсы предприятий, их характеристика и роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий. Принципы и методы формирования трудовых ресурсов на предприятиях.
46. Капитальные вложения предприятий: понятие и источники формирования. Показатели эффективности использования капитальных вложений.
47. Издержки предприятий: их сущность, классификация и основные направления оптимизации издержек.
48. Рентабельность предприятий: понятие, значение и методы расчета. Факторы, влияющие на рентабельность.
49. Оборачиваемость оборотных средств предприятий: понятие, значение и пути ускорения. Показатели оборачиваемости оборотных средств, их расчет. История российского предпринимательства.
50. Сущность и виды предпринимательства.
51. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности.
52. Нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности в России и за рубежом.
53. Внутренняя структура управления предпринимательской деятельности.
54. Процесс формального создания малого инновационного предприятия.
55. Технология создания любой организации.
56. Миссия и цели организации.
57. Внутренняя среда организации, ее анализ.
58. Внешняя среда организации, ее анализ.
59. Описание и анализ деятельности организации.
60. Стадии жизненного цикла организаций, их особенности.
61. Организационно-правовые формы предприятий.
62. Стратегическое и тактическое планирование.
63. Маркетинговая стратегия, ее роль и значение в предпринимательской деятельности.
64. Этапы управления предпринимательской деятельностью.
65. Предпринимательский риск. Виды риска, его оценка.
66. Бизнес-планирование. Понятие и функции бизнес-плана.
67. Структура бизнес-плана, этапы его разработки.
68. Конкурентная среда. Виды конкурентных стратегий в малом и среднем бизнесе.
69. Особенности международного предпринимательства.

70. Совместные предприятия, управление ими.
71. Международная кооперация в малом и среднем бизнесе.
72. Этика предпринимательства.
73. Культура делового общения в предпринимательстве.
74. Содержание инновационной деятельности предприятия.
75. Типы инноваций в бизнесе. Инновационный процесс и инновационное предпринимательство.
76. Линейная модель инновационного процесса.
77. Этапы и функции инновационного процесса.
78. Сходства и отличия инновационного и классического видов предпринимательства.
79. Особые условия ведения предпринимательской деятельности на международном рынке.
80. Международный рынок лицензий.
81. Объекты промышленной собственности как субъекты лицензионных сделок.
82. Регулирование инновационной деятельности, оценка ее эффективности.
83. Коммерциализация и трансферт технологий.
84. Программный комплекс «Project Expert». Функции, возможности оптимизации ресурсов.
85. Функция контроля в предпринимательской деятельности.
86. Антикризисные меры в предпринимательской деятельности.
87. Мониторинг предпринимательской деятельности.
88. Торговля лицензиями и ее особенности.
89. Последовательность действий по продвижению инновационного проекта к инвесторам.
90. Трансфер технологий, сущность и особенности.
91. Коммерциализация результатов научных исследований
92. Инновационный потенциал предприятия и его сущность.
93. Инновационно-технологический центр и его функции.
94. Коммерциализация технологий.
95. Управления рисками.
96. Жизненный цикл инновации.
97. Жизненный цикл инновационного продукта.
98. «Разрушительная» функция инноваций.
99. Основные понятия в области маркетинга: маркетинг, товар, рынок, конъюнктура рынка, цели и задачи маркетинга.
100. Функции и принципы маркетинга. Как реализуются эти функции и принципы на вашей организации (месте нахождения учебной практики и/ или месте работы).
101. История возникновения и основные этапы развития маркетинга
102. Виды рынков по степени их насыщенности и дайте их характеристику

103. Сущность и отличительные признаки концепций управления производством и маркетинга.
104. Общность и различия уровней потребностей
105. Виды спроса и соответствующие им типы маркетинга.
106. Определение понятий «сегментация» и «сегмент рынка».
107. Определение терминов «позиция» и «позиционирование».
108. Классификация стратегий целевого маркетинга по вариантам охвата рынка
109. Составные элементы товара и виды подкрепления.
110. Факторы, влияющие на ценообразование, и охарактеризуйте их.
111. Стратегия ценообразования на новые товары и товары сформировавшегося рынка.
112. Маркетинговые коммуникации, основные средства маркетинговых коммуникаций.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение вступительного экзамена

Основная литература

1. Клинов, В. Г. Актуальные проблемы исследования экономической конъюнктуры: Сб. статей / В. Г. Клинов.- М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013// ZNANIUM.COM (ИНФРА-М): электронно-библиотечная система.
2. Методология и возможности экономической науки: Монография / О.С. Сухарев. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013 // ZNANIUM.COM (ИНФРА-М): электронно-библиотечная система.
3. Гончаренко Л. П., Акулинина Ф. В.. Экономическая безопасность: учеб. для вузов / Рос. экон. ун-т им. Г.В. Плеханова ; под. общ. ред.: Л. П. Гончаренко, Ф. В. Акулинина. - М. : Юрайт, 2014. - 479 с. 2.
4. Манохина Н. В. Экономическая безопасность: Учебное пособие / Н.В. Манохина, М.В. Попов, Н.П. Колядин, И.Э. Жадан; Под ред. Н.В. Манохиной. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 320 с. // ZNANIUM.COM (ИНФРА-М): электронно-библиотечная система.
5. Экономическая теория [Электронный ресурс]: Учебник / В.В. Багинова, Т.Г. Бродская и др.; Под общ. ред. проф. А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.// ZNANIUM.COM (ИНФРА-М): электронно-библиотечная система.
6. Аспирант вуза: технологии научного творчества и педагогической деятельности: Учебник / С.Д. Резник. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 444 с., 500 экз. // ZNANIUM.COM (ИНФРА-М).
7. Копеин В.В. Методика и методология экономического исследования [Текст]: Учебник для аспирантов вузов / В.В. Копеин; Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2014. – 284 с.

Дополнительная литература:

1. Кусургашева, Л.В. Глобализация и необходимость развития теории национальной экономики / Л.В. Кусургашева, Л.У. Лубягина // Вестник Кемеровского государственного университета. - 2014. - № 4(60) Т.1. – С. 231-240.
2. Бюджет России: развитие и обеспечение экономической безопасности: Монография/В.К. Сенчагов - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с. // ZNANIUM.COM (ИНФРА-М): электронно-библиотечная система.
3. Авдийский В.И. Национальная и региональная экономическая безопасность России : учеб. пособие / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко, Н.Г. Синявский. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 363 с. // ZNANIUM.COM (ИНФРА-М): электронно-библиотечная система.

Учебно-методические издания, разработанные кафедрой:

1. Лубягина Л.У. Современные проблемы экономической науки: методические рекомендации по изучению курса для аспирантов направления подготовки 38.06.01 «Экономика» (уровень подготовки кадров высшей квалификации), профиля (направленности) 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» всех форм обучения; Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова. – Кемерово : Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015. -14 с.

Журналы:

Журналы: Новости торговли, Российская торговля современная торговля вестник РГТЭУ. Инновации. Регион. ЭКО. Маркетинг. Маркетинг в России и за рубежом. Маркетинг и маркетинговые исследования. Менеджмент в России и за рубежом. Мировая экономика и международные отношения. Проблемы теории и практики управления. Практический маркетинг. Эксперт. Эксперт- Сибирь.

Газета: российская газета интернет- ресурсы

Электронно-библиотечная система (znanium com)

WWW.GKS.RU - Госкомстат;

www.mosstall.ru – Мосгоркомстат;

<http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей;

<http://www.businesspress.ru> - деловая пресса;

<http://www.garant.ru> - Гарант;

www.consultant.ru - Информационно-справочная система (консультант Плюс);

<http://www.nta-rus.ru> - Национальная торговая ассоциация;

<http://www.rbc.ru> - Росбизнес консалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);

<http://www.wartpress.ru> - Российская торговля;

<http://www.torgrus.ru> - Новости и технологии торгового бизнеса; <http://www.rupto.ru> – Роспатент; <http://www.lips.ru> - Федеральное государственное бюджетное учреждение (федеральный институт промышленной собственности); <http://www.rupatent.com> - Торгово-информационный портал для изобретателей;

<http://research.rbc.ru>

<http://www.marketing.ru>

<http://www.retail.ru>

<http://www.torgrus.com>

5. Формирование балльной оценки вступительного экзамена по специальной дисциплине

В соответствии с «Правилами приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова» в 2017 году» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы поступающих в аспирантуру, осуществляется с учетом индивидуальных достижений поступающего, результаты которых учитываются при приеме на обучение, перечень которых представлен данными табл.1:

Таблица 1 - Перечень показателей индивидуальных достижений поступающих, за которые начисляются баллы

№	Перечень индивидуальных достижений, соответствующих выбранному профилю программы аспирантуры	Подтверждающие документы (предъявляемые)	Количество начисляемых баллов
	Научные публикации в периодических изданиях, индексируемых в наукометрических базах данных Web of Science и Scopus	Ксерокопия (титульный лист, оглавление, текст публикации, выходные данные)	1,0
	Научные публикации в рецензируемых периодических изданиях, рекомендованных ВАК	Ксерокопия (титульный лист, оглавление, текст публикации, выходные данные)	0,5

	Научные публикации в периодических изданиях, индексируемых в наукометрической базе данных РИНЦ	Ксерокопия (титульный лист, оглавление, текст публикации, выходные данные)	0,2
	Изобретения, патенты, авторские свидетельства	Ксерокопия (представление оригинала обязательно)	0,5
	Дипломы призеров всероссийского этапа ВСО (2-е, 3-е места)	Ксерокопия (представление оригинала обязательно)	1,0
	Рекомендация государственной экзаменационной комиссии для поступления в аспирантуру	Ксерокопия (представление оригинала обязательно)	0,3

Оценивается не более двух научных статей в качестве индивидуальных достижений поступающих. Каждая статья оценивается в отдельности, наличие трех и более научных статей количество баллов не увеличивает.

Экзамен по результатам вступительного экзамена по специальной дисциплине осуществляется по экзаменационным билетам, включающим 2 теоретических вопроса. Оценка по результатам экзамена выставляется по следующим критериям:

10 баллов ставится поступающему в аспирантуру, проявившему блестящие и глубокие знания изучаемого материала и дополнительной литературы, обнаружившему творческие способности в понимании и владении не только теоретическими вопросами, но и проявившему углубленные знания по существу вопросов, изложенных в билете.

9 баллов ставится поступающему в аспирантуру, проявившему всесторонние и глубокие знания изучаемого материала и дополнительной литературы, обнаружившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании материала, ответившему на два теоретических вопроса.

8 баллов ставится поступающему в аспирантуру, проявившему глубокие знания изучаемого материала и дополнительной литературы, ответившему на два теоретических вопроса.

7 баллов ставится поступающему в аспирантуру, проявившему полное знание изучаемого материала, освоившему основную литературу, обнаружившему устойчивый характер знаний и умений, а также способному к самостоятельному их применению и обновлению в ходе последующего обучения.

6 баллов ставится поступающему в аспирантуру, проявившему владение изучаемым материалом, освоившему основную литературу, а также способному к самостоятельному применению знаний и умений в ходе последующего обучения.

5 баллов ставится студенту, проявившему знания основного минимума изучаемого материала в объеме, необходимом для последующего обучения, знакомому с основной литературой, допустившему неточности в ответах и/или давшему неполные ответы экзаменатору.

4 балла ставится студенту, проявившему знания основного минимума изучаемого материала в объеме, необходимом для последующего обучения, но не в полной мере раскрывшему суть одного из вопросов билета

3 баллов и менее ставится студенту, обнаружившему существенные пробелы в знании основного материала, допустившему принципиальные ошибки, которые не позволяют ему продолжить обучение в аспирантуре.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за экзамен и баллов, набранных за индивидуальные достижения поступающих. Приведение суммарной балльной оценки к четырех-балльной шкале производится на основании данных табл.2

Шкала оценивания и минимальное количество баллов по итогам вступительных испытаний

Наименование дисциплины	Шкала оценивания	Минимальное количество баллов, необходимое для участия в конкурсе
Специальная дисциплина (10-ти балльная шкала)	Отлично - (10, 9, 8 баллов) Хорошо (7, 6 баллов) Удовлетворительно (5, 4 баллов) Неудовлетворительно (3, 2 балла)	5 баллов

Разработчик:
И.А. Кудряшова



д.э.н., доцент, профессор кафедры финансов и банковского дела,

