

Министерство образования и науки Российской Федерации

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Кафедра экономической теории
Кафедра теории менеджмента и бизнес - технологий
Кафедра маркетинга
Кафедра статистики

**Программа вступительного испытания
для поступающих на магистерские программы по направлениям
«Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление»,
«Управление персоналом»**

Москва
2016

«ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»

Концептуальные подходы к науке о менеджменте.

Теория, предмет, методология, методы менеджмента.

Генезис теории менеджмента.

Истоки научного менеджмента, классическая школа научного менеджмента, бихевиоризм и школа человеческих отношений.

Миссия, цели и условия менеджмента.

Миссия организации, цели организации, самоуправление в менеджменте.

Организация менеджмента.

Принципы менеджмента, характеристики менеджмента, стратегия и тактика менеджмента.

Трудовая группа как объект менеджмента.

Структура и динамика трудовой группы, командообразование и лидерство в трудовой группе, социально-психологический климат и коммуникативные барьеры в трудовой группе, групповое принятие решения.

Личность и менеджмент.

Современный российский менеджер - социально-демографический портрет, типология российских руководителей, личность в организации.

Функциональное содержание менеджмента.

Разделение и кооперация труда менеджера, соотношение и взаимодействие функций в менеджменте, специализация функций менеджмента, место и роль решения в менеджменте.

Методы и инструменты менеджмента.

Способы исследования и воздействия в менеджменте, классификация методов менеджмента, инструментарий менеджмента организации, организационно-методическое обеспечение менеджмента.

Процесс и механизм менеджмента.

Построение процесса достижения цели, организация менеджмент-процессов, механизм руководства подчиненными.

Организация деятельности в менеджменте.

Системные методы и типовые формы организации деятельности, организационный дизайн и организационное развитие, процессно-ориентированные методы организации и регламентация деятельности, применение аутсорсинга.

Проектирование системы менеджмента.

Проектирование системы менеджмента, выделение и интеграция функциональных систем управления, ключевые решения регулярного менеджмента: ставь цели - регламентируй - управляй - улучшай, инжиниринг систем управления.

Процессно-ориентированное управление эффективностью деятельности.

Управление эффективностью деятельности, механизмы планирования, механизмы организации, механизмы стимулирования, механизмы контроля.

Собственность и менеджмент.

Права собственности и функций менеджмента, менеджеры и собственники, эффективный собственник и производительный собственник.

Экономические интересы в менеджменте.

Интересы менеджера и собственника: общее и противоречия, передача управления организацией наемному менеджеру, ответственность менеджеров перед собственником.

Менеджер и собственник в управлении.

Поведение менеджера и собственника, модель владельческой организации бизнеса, модели менеджеров в построении эффективной организации.

Организационное поведение.

Поведение организации, поведение индивида, поведение группы.

Организационное проектирование.

Модели организационного проектирования, технология организационного проектирования, проектирование рабочего места.

Организационное развитие.

Необходимость организационного развития, изменения в организации, сопротивление изменениям в организациях.

Нововведения как объекты управления инновациями.

Управление инновационными процессами.

Оценка менеджмента.

Подходы к оценке менеджмента, результаты менеджмента организации, эффективность менеджмента.

Модернизация и инновация менеджмента.

Модернизация и инновация менеджмента, разработка инновационных концепций менеджмента, соотношение совершенствования и развития менеджмента.

Перспективы и направления развития менеджмента.

Тенденции развития современного менеджмента, парадоксы развития современного менеджмента, прогнозирование развития менеджмента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Базовый учебник:

1. Основы менеджмента: Учебник/Егоршин А. П., 3-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.

Дополнительная литература:

1. Семенов, А. К. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: Учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. — 492 с. [ЭБС znanium.com].

2. Менеджмент: век XXI: Сборник статей / Под ред. О.С. Виханского, А.И. Наумова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. [ЭБС znanium.com].

3. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. [ЭБС znanium.com].

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Эволюция предмета экономической теории.

Генезис экономической теории.

Экономический выбор.

Экономические системы: сущность, основные проблемы, типы и модели.

Экономический выбор. Кривая производственных возможностей.

Экономические институты.

Роль экономических институтов в рыночной экономике. Собственность: эволюция форм собственности, виды, причины и условия трансформации форм собственности. Формы и методы вмешательства государства в экономику.

Рыночный механизм.

Рынок как экономическая категория. Эволюция взглядов на рынок. Структура и инфраструктура рынка. Рыночный механизм и его элементы: цена, спрос, предложение. Эластичность спроса и предложения.

Эволюция взглядов на равновесие в экономике. Равновесные модели в статике: долгосрочное и краткосрочное равновесие. Равновесная модель в динамике. Анализ стабильности рыночного равновесия. Паутинообразная модель рыночного равновесия. Государственное регулирование рынка товара и ценообразования.

Теория потребительского выбора.

Теория потребительского поведения. Формирование индивидуального и рыночного спроса. Оценка благосостояния потребителя. Поведение потребителя в условиях неопределенности. Риск как экономическая категория.

Теория производства.

Производственная функция. Технологическая и экономическая эффективность производства. Краткосрочный и долгосрочный период производственной деятельности. Анализ условий эффективного производства. Траектория развития. Динамика и минимизация производственных издержек. Определение экономически эффективного способа производства.

Экономическая конкуренция.

Экономическая конкуренция: механизм действия и функциональная роль. Совершенная конкуренция. Рынок и предприятие в условиях совершенной конкуренции в коротком и длительном периодах. Эффективность совершенно конкурентного рынка.

Рынок монополии. Особенности ценообразования. Регулирование деятельности монополии.

Монополистическая конкуренция. Роль неценовой конкуренции. Проблемы эффективности.

Олигополия. Модели поведения участников рынка. Ценовая координация и неценовая конкуренция на рынке олигополий.

Рынок факторов производства.

Экономическое равновесие на рынке ресурсов. Условия максимизации прибыли и минимизации издержек. Эффект дохода и эффект объема выпуска. Экономическая рента.

Рынок труда и его характеристика. Соотношение между свободным и рабочим временем. Эффективность труда. Ценообразование на рынке труда. Влияние профсоюзов на рынок труда. Инвестиции в человеческий капитал.

Рынок капитала и его характеристика. Фактор неопределенности и оценка риска.

Дисконтированная стоимость капитальных вложений.

Рынок природных ресурсов (земли) и его характеристика. Земельная рента.

Провалы рынка.

Провалы рынка и объективная необходимость государственного регулирования. Минимальные и максимальные границы государственного вмешательства. Государственное регулирование экономики в свете кейнсианства и неоконсервативных концепций. Транзакционные издержки и теорема Коуза. Производство общественных благ. Асимметрия информации на рынке.

Основные макроэкономические показатели и их измерение.

Основные направления макроэкономической мысли: кейнсианское, неоклассическое, монетаристское и др. Методология макроэкономического анализа.

Общественное воспроизводство: сущность и модели. Показатели потока и запаса.

Экзогенные и эндогенные переменные.

Основные макроэкономические показатели, принципы и способы их оценки
Индексы

цен.

Совокупный спрос и совокупное предложение.

Совокупный спрос и совокупное предложение, краткосрочное и долгосрочное макроэкономическое равновесие. Последствия экономических шоков.

Экономический рост: сущность, эффективность и качество. Модели экономического роста.

Экономическая нестабильность.

Теории экономических циклов. Особенности экономических кризисов 90-х гг. XX века и начала XXI века в России. Инструменты и эффективность антикризисной политики государства.

Рынок труда в классической, неоклассической и монетарной теориях. Экономические издержки безработицы. Экономическая политика государства в области занятости. Система социальной защиты, социальные программы помощи. Особенности безработицы в условиях современной экономики России.

Инфляция. Теория ожиданий. Экономические издержки инфляции. Её влияние на уровень жизни населения, перераспределение национального дохода, объём национального продукта. Кривая Филлипса. Кейнсианская антиинфляционная политика. Монетарная программа. Специфика инфляционного процесса в экономике современной России.

Потребление и сбережения домашних хозяйств, инвестиции предприятий.

Модели потребительского спроса: кейнсианская модель, «загадка Кузнецца», модель межвременного замещения И. Фишера, модель жизненного цикла, модель перманентного дохода.

Инвестиции. Взаимосвязь инвестиций и национального дохода. Равновесный объём национального производства. Крест Кейнса. Парадокс бережливости. Изменение равновесного уровня национального производства.

Мультипликационный эффект и его графическая интерпретация. Рецессионный и инфляционный разрывы. Государственные и совокупные расходы. Мультипликатор инвестиций. Эффект вытеснения. Акселерация. Простейшая формула акселератора.

Фискальная политика государства.

Фискальная политика государства: сущность, виды, инструменты, эффективность. Дефицит и профицит государственного бюджета. Сбалансированный бюджет. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Государственный долг. Управление государственным долгом.

Денежный рынок.

Теоретические модели спроса на деньги. Денежные агрегаты. Структура денежной массы и денежной базы. Денежная мультипликация. Денежно-кредитная политика: сущность, виды, инструменты, эффективность.

Рынок ценных бумаг и его регулирование.

Сущность, структура и функции рынка ценных бумаг. Экономическая роль рынка ценных бумаг.

Инструменты рынка ценных бумаг. Курсы акций и облигаций. Вексель.

Организация и регулирование рынка ценных бумаг. Первичный и вторичный рынки ценных бумаг. Фондовая биржа. Биржевой и внебиржевой рынки ценных бумаг.

Модель IS-LM и макроэкономическая политика государства.

Единство товарного и денежного рынков. Исходные условия модели IS-LM. Краткосрочный и долгосрочный периоды. Основные параметры модели. Совместное равновесие на товарном и денежном рынках.

Кредитно-денежная и бюджетно-налоговая политика в модели IS-LM. Кейнсианский передаточный механизм. Эффективность кредитно-денежной политики. Воздействие бюджетно-налоговой политики на равновесный уровень национального дохода. Взаимодействие кредитно-денежной и бюджетно-налоговой политики в модели IS-LM. Кривая совокупного спроса и модель IS-LM.

Международная экономика и теория мировой торговли.

Закономерности развития мирового хозяйства и его особенности в эпоху глобализации. Теории абсолютных (А.Смит) и относительных (Д. Рикардо) преимуществ в мировой торговле. Концепция Э. Хекшера и Б.Олина. Парадокс В. Леонтьева.

Спрос, предложение и равновесный уровень цен на мировом рынке. Выигрыш мирового хозяйства от внешней торговли. Внешнеторговый мультипликатор.

Основные элементы торговой политики государства. Протекционизм и фритредерство.

Тарифные и нетарифные ограничения в мировой торговле.

Платежный баланс.

Структура платежного баланса. Взаимосвязь счетов баланса.

Валютный курс.

Теория паритета покупательной способности национальной валюты. Системы валютного курса. Курс валюты: номинальный и реальный. Фиксированный обменный курс. Свободно плавающий (гибкий) обменный курс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абель Э., Бернанке Б. Макроэкономика. 5-е изд. – СПб, 2008.
2. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика.- 8-е изд -СПб.: «Питер», 2010. — 208 с.
3. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 2-х томах. – СПб.: «Экономическая школа», 2006.
4. Макконнелл К. Р. и Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Учебник. Перевод с 16-го англ. изд. М.: «Республика», 2006.
5. Макроэкономика: учебник для бакалавров /А.В.Аносова, И.А.Ким, С.Ф.Серегина и др. ; под ред. С.Ф. Серegiной.-2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013 - 521 с.
6. Макроэкономика. Теория и российская практика: Учебник/ Под ред. А.Г.Грязновой и А.Ю.Юданова. – М.: «КноРус», 2004.
7. Макроэкономика: научные школы, концепции, экономическая политика: учебник/ А.А.Никифоров, О.Н.Антипина, Н.А. Миклашевская; под общ. Ред. А.В.Сидоровича. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2010
8. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник /Под ред. А.Г.Грязновой и А.Ю.Юданова. – М.: «КноРус», 2004.
9. Мэнкью Г. Макроэкономика. – М.: Издательство МГУ, 1994.
10. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для ВУЗов. – М.: «НОРМА», 2001 - 2006.
11. Российские экономисты и их вклад в мировую сокровищницу экономической мысли: Монография /Под ред. В.И.Видяпина, Г.П.Журавлевой, А.С. Квасова, В.А.Павлова. – М.: РЭА им. Г.В.Плеханова, 2007.
12. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник. - М.: Изд-во «КноРус», 2013.
13. Тарасевич Л.С., Гальперин В.М., Гребенников П.И., Леусский А.И. Макроэкономика: Учебник. / Общая ред. Л.С. Тарасевича. - СПб.: СПбГУЭФ, 1999 - 2006.
14. Экономическая теория: Учебник/ Под ред. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина,

Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: «ИНФРА-М», 2006.

Российские журналы:

1. «Вопросы экономики»;
2. «Журнал экономической теории»;
3. «Научные труды Вольного экономического общества»;
4. «Российский экономический журнал»;
5. «ЭКО (экономика и организация промышленного производства)»;
6. «Экономическая наука современной России»;
7. «Экономические науки»;
8. «Вестник Московского университета»;
9. «Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова»;
10. «Экономический журнал ГУ-ВШЭ».

Зарубежные журналы:

1. «Economic Journal»;
2. «Journal of Economic Literature»;
3. «Review of Economics and Statistics»;
4. «The Economist».

Рекомендации по использованию Интернет – ресурсов и других электронных информационных источников:

1. общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант»;
2. профессиональные поисковые системы «Science Direct», «EconLit»;
3. официальные сайты Росстата (www.gks.ru), Банка России (www.cbr.ru), Росбизнесконсалтинга (www.rbc.ru).

«МАРКЕТИНГ»

Основы маркетинга. Концепции маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Выбор целевого рынка: критерии и алгоритм. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Понятие и критерии сегментации. Понятие позиционирования. Оценка конкурентной среды, конкурентных преимуществ, конкурентного позиционирования. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Классификация товаров. Понятие потребительской ценности товара. Товарная политика, ее содержание в системе маркетинга. Потребительские товары и товары производственного назначения. Формирование ассортимента товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ).

Маркетинговые решения на различных этапах ЖЦТ. Товарный знак и его сущность. Упаковка и маркировка товара. Понятие «новый товар»: критерии новизны. Торговые посредники. Маркетинговые решения в розничной и оптовой торговле. Маркетинговая логистика. Формы организации маркетинговых каналов. Планирование сбыта. Критерии выбора каналов товародвижения в зависимости от особенностей товара рынков сбыта и протяженности каналов. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга. Понятие прямого маркетинга. Конкуренция в оптовой и розничной торговле. Понятие цены. Роль и функции цены на рынке. Виды и структура цен. Понятие и этапы маркетингового ценообразования. Факторы маркетингового ценообразования. Основные решения по цене. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные этапы процесса коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламные стратегии. Маркетинг услуг. Промышленный маркетинг.

Управление маркетингом. Маркетинг как управленческая концепция. Значение организационной структуры маркетинговой деятельности на предприятии. Организация маркетинга в компаниях, организациях. Стратегическое и оперативное управление маркетингом. Уровни планирования и принятия управленческих решений. Маркетинговые решения по развитию стратегических направлений (структуры) бизнеса. Портфельные стратегии. Маркетинговые решения по обеспечению роста компании. Основные направления корпоративного роста. Стратегии роста И. Ансоффа. Маркетинговые решения по обоснованию конкурентных преимуществ компании на рынке. Базовые конкурентные стратегии М. Портера. Маркетинговые решения по целевым рынкам. Определение и отбор целевых рынков. Методы оценки рынка и спроса. Измерение потенциала рынка. Методы оценки доли рынка. Методы прогнозирования спроса. Управление товаром в комплексе маркетинга. Мультиатрибутивная модель товара. Обеспечение конкурентоспособности товара. Процесс разработки нового товара. Методы дифференцированного ценообразования. Установление цен на товары в рамках ассортимента. Управление каналами распределения. Маркетинговые решения розничного предприятия. Маркетинговые решения оптового предприятия. Выбор торгового посредника. Методы оценки охвата рынка. Определение целей коммуникаций. Формирование коммуникационной стратегии. Решения по выбору каналов коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации. Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламной деятельности. Виды рекламы по различным классификационным признакам. Участники процесса рекламной деятельности. Исследование и разработка рекламы. Стратегия рекламного обращения. Планирование рекламной кампании. Методы определения

эффективности рекламы. Области применения прямого маркетинга как коммуникационного инструмента. Стратегии и тактики, применяемые в прямом маркетинге. Методы определения эффективности прямого маркетинга. Роль стимулирования продаж в программе маркетинговых коммуникаций компании. Постановка целей для стимулирования сбыта. Проблемы, ограничения и перспективы применения стимулирования сбыта. Разработка программ стимулирования сбыта. Методы определения эффективности стимулирования сбыта. Роль PR и паблисити как элементов комплекса продвижения. Различия между PR и паблисити, их преимущества и недостатки. Методы измерения эффективности PR и паблисити.

Маркетинговые исследования. Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Взаимодействие заказчика и агентства при проведении исследования. Маркетинговая информационная система. Процесс маркетингового исследования. Этапы организации и проведения маркетингового исследования. Поисковые, описательные и причинные (каузальные) исследования. Методы качественных исследований. Методы количественных исследований. Виды переменных в маркетинговых исследованиях и их измерение. Виды шкал, используемых в маркетинговых исследованиях и особенности их применения. Проектирование опросных листов (анкет) и техника сбора информации. Понятие выборочного обследования. Репрезентативность. Способы формирования выборки. Доверительный интервал и ошибки выборочного метода. Обработка и анализ результатов выборочного исследования. Сущность, цели и объекты экспериментальных исследований в маркетинге. Организация, назначение панельных исследований. Репликативные (волновые) исследования. Использование временных рядов и регрессионных моделей в анализе продаж и прогнозировании спроса.

Международный маркетинг. Понятие, сущность и принципы международного маркетинга. Формы международного маркетинга. Научно-техническая среда международного маркетинга. Политико-правовая среда и ее специфика в международном маркетинге. Особенности культурной среды зарубежных рынков. Экономическая среда в международном маркетинге. Совместное предпринимательство как форма международного маркетинга. Основные критерии ранжирования зарубежных рынков при выборе целевых рынков. Исследование входных и выходных барьеров внешних рынков. Конкурентоспособность экспортной продукции. Стратегии адаптации и стандартизации товара на международных рынках. Понятие «страны-производителя товара». Критерии оценки конкурентоспособности международной фирмы. Планирование экспортной ассортиментной политики. Стандартные ценовые стратегии на внешних рынках. Распределительная политика в международном маркетинге. Критерии выбора торговых

посредников и способы расчета с ними. Особенности международных маркетинговых коммуникаций: стандартизация и адаптация маркетинговых коммуникаций.

Поведение потребителей. Потребление как социально-экономическая категория. Поведение потребителей в системе маркетинга. Потребитель и процесс выбора: мотивация, формы поведения, значение. Маркетинговая перспектива влияния на поведение потребителя. Социальный статус личности и его роль в формировании поведения потребителей. Механизм принятия потребителем решения о покупке. Восприятие как основа механизма принятия решения о покупке. Структура восприятия. Референтная группа и ее роль в формировании потребительских предпочтений. Моделирование поведения потребителя на рынке и факторы ситуационного влияния на процесс решения о покупке. Модель «Стимул-реакция». Модель Ховарда-Шеффа. Этика маркетинга и защита прав потребителей (косьюмеризм). Организации как потребители. Покупочное поведение организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреев С.Н. Некоммерческий маркетинг: учебное пособие. М.: Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
2. Блэкуэлл Р., Миниарт П., Энджел Дж. Поведение потребителей, 10-е издание – СПб.: Питер, 2009 г.
- Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации, 2-е издание. – М.: Дело и сервис, 2011 г.
3. Голубкова Е. Н., Сейфуллаева М. Э.. Международный маркетинг. М.: ДИС, 2008.
4. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: стратегические решения: учебное пособие. / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
5. Интернет-маркетинг: учеб. пособие / А. А. Мешков, Ж. Б. Мусатова, М. Д. Твердохлебова, М. А. Горохов, Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
6. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 13-е издание. СПб.: Питер, 2012.
7. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2011.
8. Малхотра Нэреш К.. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-ое издание. – Вильямс, 2007.
9. Маркетинговые исследования: учебное пособие/ Скоробогатых И.И., Мешков А.А., Лопатинская И.В., Ефимова Д.М., Шишкин А.В. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.

10. Мусатов Б.В., Мусатова Ж.Б. Маркетинговое планирование и аудит: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
11. Мусатов Б.В., Мусатов Ж.Б. Экономический анализ маркетинговых решений: учебное пособие. Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
12. Портер М. Конкурентная стратегия: методы анализа отрасли и конкурентов. 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
13. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И., Цветкова А.Б., Хапенков В.Н., Федюнин Д.В. Интегрированные коммуникации. М.: изд-во Академия, 2014
14. Сейфуллаева М. Международный маркетинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
15. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг, 3-е издание – М.: Инфра-М, 2012.
16. Черчилль Г., Браун Т.. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007.

Периодические издания. Журналы:

1. «Вестник РЭУ им.Г.В.Плеханова» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 12 раз в год, входит в список ВАК)
2. «Человеческий капитал и профессиональное образование» (издательство Рос.экон.универ. имени Г.В.Плеханова, периодичность 4 раза в год).
3. «Маркетинг в России и за рубежом» (периодичность 6 раз в год, издательство ДиС)
4. «Маркетинг и маркетинговые исследования» (периодичность 6 раз в год, входит в список ВАК, издательский дом «Гребенников»)
5. «Маркетинг и финансы» (периодичность 4 раза в год, издательский дом «Гребенников»)
6. «Практический маркетинг» (периодичность 6 раз в год, издательство VCI-Marketing)
7. «Маркетинг-про» (периодичность 4 раза в год, <http://www.marketingpro.ru>)
8. «Секрет фирмы» (деловой еженедельник)
9. «Эксперт» (деловой журнал)
10. «Компания» (деловой журнал)
11. «Деньги» (деловой журнал)

Интернет-ресурсы

1. <http://www.cfin.ru> - вопросы менеджмента и маркетинга
2. <http://www.consultmarketing.ru> - сайт М. Иванова и М. Фербера

3. <http://www.e-xecutive.ru> - информационный портал, посвященный вопросам менеджмента
4. <http://www.expert.ru> - сайт журнала "Эксперт"
5. <http://www.gazeta.ru> - сайт издания "Газета"
6. <http://www.raexpert.ru> - сайт рейтингового агентства "ЭкспертРА"
7. <http://www.rbsys.ru> - сайт компании "Российские бизнес системы"
8. <http://www.dis.ru> - сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»
9. <http://www.marketingandresearch.ru> - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»
10. <http://www.gortis.info> - сайт журнала «Практика рыночных исследований»
11. <http://www.bci-marketing.aha.ru> - сайт журнала «Практический маркетинг»
12. <http://juno.emeraldinsight.com/v1=2929816/cl=56/nw=1/rpsv/ejm.htm> European Journal Of Marketing
13. <http://www.elsevier.nl/locate/indmarman> - Industrial Marketing Management
14. http://www.marketingpower.com/live/content.php?Item_ID=17640&Category_ID=5304 Web-ресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации
15. <http://www.ams-web.org/> - Web-ресурсы Академии маркетинговой науки (AMS- Academy)
16. <http://www.emac-online.org/r/default.asp?iId=FLFDIE> of marketing science) – Web-ресурсы Европейской маркетинговой академии (EMAC – European marketing academy)
17. <http://www.ram.ru> Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга

«СТАТИСТИКА»

1. Предмет, метод и задачи теории статистики.

Сбор и систематизация статистической информации

Основные понятия и категории статистики.

Статистическое наблюдение: сущность, задачи, программно-методологические и организационные вопросы, виды, способы и организационные формы, ошибки регистрации и репрезентативности.

Статистическая сводка и группировка данных: сущность, классификация, принципы построения. Ряды распределения: виды и графическое изображение.

2. Абсолютные и относительные показатели

Понятие статистического показателя. Классификация статистических показателей.

Абсолютные величины: определение, виды и формы выражения.

Относительные показатели: сущность, значение, виды, способы расчета и формы выражения. Относительные величины динамики, плана и реализации плана. Относительные величины структуры и координации. Относительные величины сравнения. Относительные величины интенсивности.

3. Средние величины

Средняя величина как обобщающий статистический показатель. Сущность средней величины. Виды средней и способы их вычисления. Исходное соотношение средней. Выбор формы средней.

Структурные средние. Мода, медиана, квартили. Способы их вычисления.

4. Показатели вариации

Вариация величины признака в совокупности, ее сущность и значение.

Основные характеристики вариационного ряда распределения. Показатели вариации признака: размах вариации, среднее линейное отклонение, дисперсия, среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации.

5. Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений

Понятие, основные элементы и виды рядов динамики. Классификация рядов динамики.

Аналитические показатели ряда динамики. Средние показатели рядов динамики.

Интерполяция и экстраполяция в рядах динамики и ее измерение. Понятие основной тенденции развития, ее виды и методы выявления.

6. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений

Форма и виды связей. Корреляционные и регрессионные методы анализа связи. Уравнение регрессии как форма аналитического выражения статистической связи. Выбор уравнения связи.

Показатели тесноты связи: коэффициенты корреляции рангов, линейный коэффициент корреляции. Проверка статистических гипотез.

7. Выборочное наблюдение

Понятие, задачи, виды и способы проведения выборочного наблюдения. Ошибки выборочного наблюдения.

Средняя и предельная ошибки выборки: сущность и методы расчета.

Определение необходимой численности единиц выборочной совокупности.

8. Индексный метод анализа статистических данных

Понятие экономических индексов. Значение индексного метода в социально-экономических исследованиях. Индивидуальные и сводные индексы.

Агрегатный индекс как основная форма общего индекса. Агрегатные индексы объемных и качественных показателей, правила их построения и взаимосвязь.

Система базисных и цепных экономических индексов, их взаимосвязь. Индексы с постоянной и переменной базой сравнения, переменными и постоянными весами.

Средние индексы: арифметический и гармонический.

Индексы пространственно-территориального сопоставления.

9. Статистика населения

Цели и задачи статистики населения. Источники данных о населении.

Статистика численности и состава населения: категория постоянного и наличного населения. Методика изучения состава населения по полу, возрасту, национальности, семейному положению.

Показатели численности населения. Методы расчета средней численности населения.

Статистическое изучение естественного и механического движения: абсолютные и относительные показатели.

10. Статистика труда

Понятие трудовых ресурсов и экономически активного населения. Анализ уровня и динамики безработицы. Источники информации.

Абсолютные показатели численности и состава экономически активного населения, занятого населения, безработных. Относительные показатели уровня экономической активности, занятости населения и безработицы.

Понятие и состав рабочей силы и рабочего времени. Фонды рабочего времени.

Производительность труда: методы расчета и изучения динамики. Изменение объема продукции за счет изменения производительности труда.

11. Статистика национального богатства

Национальное богатство и его состав. Классификация и группировки, применяемые при изучении национального богатства в рамках СНГ. Методы учета национального богатства.

Статистическое изучение объема, структуры, динамики национального имущества. Статистика основного капитала и оборотных фондов в национальном богатстве.

Классификация основных фондов. Виды оценки основных фондов. Амортизация основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов.

Показатели статистики материальных оборотных средств. Коэффициенты оборачиваемости, закрепления, средней продолжительности оборота.

12. Система национальных счетов. Макроэкономические показатели в СНС

Теоретические и методологические основы СНС. Виды оценки показателей в СНС. Взаимосвязь основных макроэкономических показателей.

Основные макроэкономические показатели в СНС: валовой внутренний продукт (ВВП), валовой национальный доход (ВНД), валовая прибыль экономики (ВПЭ), валовой национальный располагаемый доход (ВНРД), валовое национальное сбережение (ВНС). Роль каждого показателя в характеристике результатов экономической деятельности и методы их расчета.

Показатели уровня инфляции: дефлятор ВВП и индекс потребительских цен, их взаимосвязь и методы расчета.

Статистическое изучение динамики национального продукта. Индексы физического объема ВВП.

13. Статистика эффективности производства

Цели и задачи статистики эффективности производства. Система показателей эффективности производства. Факторы производства.

Показатели эффективности использования трудовых ресурсов, средств производства, оборотных средств. Индексы переменного, фиксированного состава и структурного сдвигов. Определение влияния факторов на изменение уровня показателей эффективности производства.

14. Статистика уровня жизни населения

Понятие, задачи изучения и система статистических показателей уровня жизни населения.

Показатели статистики доходов и расходов населения. Методика расчета уровня и динамики показателей доходов, расходов и потребления населением материальных благ и услуг в СНС.

Покупательский спрос населения. Коэффициент эластичности спроса. Источники статистической информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Статистика: учебник для бакалавров/ Под ред. И.И.Елисейевой.- 3-е изд., перераб и доп.-М.: Издательство Юрайт; Ид Юрайт, 2012. – 558 с.
2. Статистика: Учебник./ Под ред. И.И. Елисейевой. – М.: Проспект, 2013. – 448с.
3. Экономическая статистика: Учебник.- 4-е изд., перераб. и доп./ Под ред. проф. Ю.Н.Иванова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 668 с. – (Высшее образование: Бакалавриат)
4. Статистика: учебник / под ред. С.А. Орехова. – М.: Эксмо, 2011.

5. Социально-экономическая статистика: Учебник / Под ред. М.Р.Ефимовой – М., Издательство Юрайт, 2013. - 591 с.
6. Курс социально-экономической статистики: учебник /под ред. М.Г. Назарова. М.: «Омега», 2010.
7. Статистика для бакалавров с основами бизнес-статистики: учебник/отв. Ред. Е.В. Зарова. – Москва: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2014. -440с.
8. Теория статистики: учеб./ под ред. Г.Л. Громько.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2010.
9. Шмойлова Р.А., Минашкин В.Г., Садовникова Н.А. Практикум по теории статистики: учебное пособие для вузов. – М.: Финансы и статистика, 2011.
10. Теория статистики: учеб. / Р.А. Шмойлова [и др.]; под ред. Р.А. Шмойловой.- 5-е изд., перераб. и доп.- М.: Финансы и статистика, 2009.