Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Имамия Баутдинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.09.2024 12:41:19
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f626f8c9d813e502697764

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный педагогический университет»

«УТВЕРЖДАЮ»
Зам. председателя приемной комиссии
ФГБОУ ВО ЧГПУ
_____ Р.А. Эльмурзаева
16 октября 2023

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА» ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ, ПОСТУПАЮЩИХ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА БАЗЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА 2024 ГОД

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки
«Маркетинг и PR технологии»

Уровень высшего образования
бакалавриат

Грозный -2023

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа вступительного испытания «Основы экономики, менеджмента, и маркетинга» предназначена для абитуриентов, имеющих среднее специальное образование и поступающих на обучение по программе высшего образования по направлению 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), профиль «Маркетинг и PR технологии».

Цель вступительного испытания: определение уровня практической и теоретической подготовки поступающего на программу бакалавриата и выявления его готовности к освоению образовательной программы бакалавриата.

Задачи вступительного испытания - выявление у поступающих знаний основных теоретических положений дисциплины, понимание терминов экономика, менеджмент, маркетинг, рынки, экономические системы, мотивация, спрос, издержки, стили управления.

Междисциплинарный экзамен состоит из трех блоков:

1.Основы экономики.

2. Основы менеджмента.

3. Основы маркетинга.

ТРЕБОВАНИЯ И ФОРМА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительные испытания проводятся очно в форме тестирования с использованием элементов и сервисов ЭИОС Университета. Оценка выставляется по 100-балльной шкале.

2. ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

Блок 1. Основы экономики.

1. Экономика как наука и хозяйство. Главные вопросы экономики.
2. Предмет, метод и функции экономики.
3. Основные экономические категории и законы.
4. Безграничность потребностей и ограниченность ресурсов.
5. Экономические блага и их классификация.
6. Производственные возможности и альтернативные издержки. Кривая производственных возможностей.
7. Экономические системы. Типы экономических систем.
8. Собственность как юридическое понятие и экономическая категория.
9. Формы собственности и формы хозяйствования.
10. Собственность и система экономических интересов.
11. Рынок: сущность, функции, инфраструктура. Достоинства и недостатки рынка как института.
12. Спрос как экономическая категория. Факторы спроса.
13. Предложение как экономическая категория. Факторы предложения.
14. Рыночное равновесие и равновесные цены.
15. Эластичность: сущность, виды, формы.
16. Потребительский выбор. Полезность благ. Рациональность.
17. Понятие производства. Результаты производства.
18. Издержки производства.
19. Цена и себестоимость. Виды цен.
20. Доходы и прибыль фирмы.

Блок 2. Основы менеджмента.

1. Современное состояние экономики и управления в России и роль менеджмента в решении экономических проблем.
2. Определение и функции управления (менеджмента).
3. Уровни управления.
4. Развитие менеджмента в России.
5. Школы управления.
6. Общая характеристика предприятия как организации.
7. Подразделения предприятия.
8. Внутренняя среда предприятия
9. Внешняя среда предприятия
10. Принципы и методы менеджмента
11. Учет психологии личности в управлении.
12. Учет социального статуса личности в управлении.
13. Группы и их значимость в управлении.
14. Классификация стилей лидерства.
15. Мотивация
16. Управление конфликтами, стрессами и организационными изменениями
17. Социальная ответственность, культура и этика бизнеса
18. Организационные взаимодействия и полномочия
19. Линейные и функциональные полномочия.
20. Особенности организации управления в американских, западноевропейских и японских фирмах.

Блок 3. Основы маркетинга.
1. Маркетинг. Цели маркетинга. Задачи маркетинговой деятельности на предприятии
2. Эволюция развития маркетинга и концепции маркетинга
3. Схема проведения маркетингового исследования
4. Планирование маркетинга Стадии планирования маркетинга
5. Маркетинговая среда и ее структура
6. Модель покупательского поведения
7. Факторы, влияющие на покупательское поведение
8. Сегмент рынка. Признаки сегментации рынков.
9. Критерии сегментации и отбора рынков.
10. Товар. Распределение товаров. Продвижение товара.
11. Процесс разработки нового товара. Методы выработки новых идей, применяемые при разработке товаров.
12. Цена. Субъективные и объективные затраты. Процесс формирования предприятием цен на свои товары.
13. Характеристики подходов и методов ценообразования.
14. Стратегии ценообразования. Направления политики ценообразования.
15. Основные виды продвижения товара. Иерархия воздействия продвижения.
16. Сущность товародвижения. Канал распределения.
17. Процесс управления маркетингом.
18. Ценообразование на разных типах рынков и на разных этапах жизненного цикла продукции
19. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
20. Организация деятельности маркетинговой службы.

3. ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Фундаментальная проблема, с которой сталкиваются все экономические системы, это:
а) ограниченность ресурсов;

б) инвестиции;
в) производство;
г) потребление.

Контроль – это:
а) Вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
б) Наблюдение за работой персонала организации;
в) Наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий;
г) Постоянная проверка того, как организация осуществляет свою деятельность.

Стимулирующий маркетинг применяется:
а) при отрицательном спросе:
б) скрытом спросе;
в) отсутствии спроса;
г) нерациональном спросе;
д) всем вышеперечисленном.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ И МИНИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ, ПОДТВЕРЖДАЮЩЕЕ УСПЕШНОЕ ПРОХОЖДЕНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Зачисление в ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет» осуществляется на основании результатов тестирования. Максимально возможное количество баллов – **100.** Минимальное количество баллов, подтверждающее его успешное прохождение — **40.**

Оценивание результата тестирования.

Тест состоит из 30 заданий. К каждому заданию приводится 4 ответа, один из которых верный. За каждые правильно выполненные 20 заданий дается 3 балла, 10 заданий – 4 балла. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за выполнение теста равно: 20*30 +10*4= 100 баллов.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Васильев, В. П. Экономика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Васильев, Ю. А. Холоденко. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16602-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531361

2. Основы экономической теории: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. М. Пищулов [и др.]; под общей редакцией В. М. Пищулова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16662-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538892

3. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18492-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535154

4. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 595 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18120-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534323

5. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531482

6. Реброва, Н. П. Основы маркетинга: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536726

Дополнительная литература:

1. Основы экономической теории: учебник для среднего профессионального образования / Е. Н. Лобачева [и др.]; под редакцией Е. Н. Лобачевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 539 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10699-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512164

2. Коршунов, В. В. Основы экономической теории: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Коршунов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16566-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/539689

3. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко [и др.]; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536600

4. Астахова, Н. И. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15997-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/523607

5. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518996

Автор программы вступительных испытаний:
Доцент кафедры экономики и управления в образовании, доцент, к.э.н. Джабраилова Л.Х.