

Перечень вопросов для подготовки к вступительному экзамену по направлению 38.06.01 «Экономика», профиль «Экономика и управление народным хозяйством»

Маркетинг

1. Сущность понятия «рынок» и его основные элементы. Эволюция роли рынка в хозяйственной жизни России.
2. Маркетинг как одна из категорий рыночной экономики. Определения и аспекты маркетинга.
3. Цели, задачи и функции маркетинга.
4. Концепции и виды маркетинга в зависимости от ситуаций, складывающихся на рынке.
5. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс.)
6. Потребности как одна из главных категорий маркетинга Их классификация. Социальная миссия потребительской кооперации.
7. Информационное обеспечение маркетинга. Источники информации о рынке.
8. Методы сбора информации о рынке. Особенности сплошного и выборочного наблюдения за рынком.
9. Анкетные опросы как один из способов сбора информации о рынке. Процедура проведения анкетного опроса.
10. Методы анализа маркетинговой информации.
11. Маркетинговые стратегии для отдельных сегментов рынка.
12. Недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг.
13. Позиционирование товара на рынке. Выбор конкурентных преимуществ в кооперативных организациях.
14. Стратегическое планирование маркетинга. Виды стратегий маркетинга.
15. Тактическое планирование маркетинга. Разделы тактического плана маркетинга.
16. Стратегия диверсификации деятельности потребительской кооперации.
17. Конкурентная борьба и ее виды. Роль маркетинга в конкурентной борьбе.
18. Понятие о конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности.
19. Проблемы повышения конкурентоспособности потребительской кооперации.
20. Особенности банковского маркетинга. Характеристика рынка банковских услуг.
21. Особенности маркетинга в сельском хозяйстве. Проблемы ценообразования на сельскохозяйственную продукцию.
22. Особенности маркетинга в сфере услуг. Изучение рынка услуг.
23. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований
24. Маркетинговая информационная система

25. Процедура проведения маркетингового исследования.
26. Маркетинговое исследование рынка отдельных товаров
27. Маркетинговое исследование товаров
28. Маркетинговые исследования цен.
29. Маркетинговые исследования потребителей
30. Внешние и внутренние факторы, определяющие поведение потребителей.
31. Мотивации индивидуальных потребителей.
32. Модель покупательского поведения и ее структура
33. Процесс принятия решения о покупке.
34. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией товаров.
35. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием.
36. Основные показатели и оценка конкурентных преимуществ предприятия
37. Управление маркетингом на инструментальном уровне.
38. Контроль маркетинга на предприятии.
39. Структура коммуникативной политики в системе маркетинга.
40. Содержание современной коммуникативной маркетинговой концепции.
41. Реклама в маркетинговых коммуникациях. Функции, задачи и требования к рекламе.
42. Средства рекламы и особенности их выбора в кооперативных организациях.
43. Понятие о брендинге как перспективном направлении рекламной и маркетинговой деятельности.
44. Паблик рилейшнз в практике маркетинговых коммуникаций.
45. Выставки и ярмарки в комплексе маркетинговых коммуникаций.
46. Внешняя окружающая среда международного маркетинга.
47. Методика маркетингового изучения зарубежных фирм.
48. Ценообразование в международном маркетинге.
49. Продвижение товаров на мировых рынках.
50. Управление и планирование в международном маркетинге.
51. Проблемы внедрения маркетинга в потребительской кооперации.

Региональная экономика

1. Предмет, задачи и методы региональной экономики, ее место в системе экономических наук.
2. Понятие экономического пространства, его качество. Регион как часть экономического пространства.
3. Закономерности, принципы, факторы и основные теории размещения производительных сил.
4. Современные направления развития теорий региональной экономики. Теория полюсов роста и др.

5. Объективные предпосылки и факторы регионального развития.
6. Роль отдельных факторов (природных, трудовых ресурсов, инфраструктуры) в повышении конкурентоспособности регионов.
7. Роль инвестиционной деятельности в региональном развитии.
8. Понятие инвестиционного климата региона.
9. Инвестиционный потенциал России и её регионов.
10. Структура инвестиций.
11. Статистическая база и методы регионального анализа.
12. Показатели оценки уровня социально-экономического развития региона.
13. Региональная диагностика.
14. Комплексное развитие и рыночная специализация хозяйства регионов России.
15. Показатели уровня отраслевой специализации. Роль и характер развития межрегиональных экономических связей.
16. Типологический подход в региональных исследованиях.
17. Типология регионов России по уровню социально-экономического развития. Проблемные регионы.
18. Региональная политика: её объективные предпосылки, содержание, направления и экономические инструменты реализации. Зарубежный опыт.
19. Территории с особым экономическим статусом как инструмент региональной экономической политики.
20. Экономическое районирование как метод управления региональным развитием.
21. Основные положения теории экономического районирования.
22. Стратегическое планирование и прогнозирование регионального развития.
23. Федеральные целевые программы регионального развития, принципы их разработки и реализации.
24. Отраслевые и территориальные пропорции национальной экономики, тенденции их изменения.
25. Сравнительная характеристика Западной и Восточной экономических зон страны по основным макроэкономическим показателям.

Сфера услуг

1. Объект и предмет сферы услуг. Взаимосвязь объекта и предмета сферы услуг.
2. Социальные и экономические потребности, интересы и мотивы деятельности.
3. Социальные и экономические отношения в экономике.
4. Сущность и особенности экономического поведения в современной рыночной экономике.

5. Понятие предпринимательства. Роль и функции предпринимательских организаций в экономике и обществе.
6. Основные понятия сферы услуг. Место сферы услуг в современной социально-трудовой сфере (СТС).
7. Роль и функции сферы услуг в современной экономике.
8. Виды деятельности в сфере услуг. Сущность и социальная значимость услуг.
9. Основные отрасли сферы услуг и их роль в социально-экономическом развитии.
10. Социальная и экономическая результативность услуг, их значимость в решении социально-экономических задач.
11. Роль сферы услуг в социально-экономическом развитии регионов России.
12. Государственно-частное партнёрство в развитии сферы услуг.
13. Понятие организации. Организация, ее структура и персонал.
14. Виды организаций сферы услуг и их особенности.
15. Некоммерческие организации в сфере услуг: экономические основы функционирования.
16. Сущность и функции управления: основные теории и методы.
17. Принципы и виды управления социальными и экономическими системами.
18. Культура организации, стили лидерства и руководства.
19. Принципы, приоритеты и механизмы государственной политики в сфере услуг.
20. Государственное регулирование и рыночные регуляторы развития сферы услуг.
21. Взаимодействие государства, органов муниципального управления и бизнеса в развитии организаций сферы услуг.
22. Малые и средние предприятия в сфере услуг.
23. Организационно-экономические формы хозяйствования в сфере услуг: современные тенденции и проблемы развития.
24. Организационно-экономическое обеспечение качества услуг: лицензирование, стандартизация и сертификация.
25. Прогнозирование и планирование в сфере услуг.
26. Организация оплаты труда работников сферы услуг.
27. Интеллектуальный капитал (ИК). Роль ИК в современной экономике и сфере услуг.
28. Понятие труда, его объект и субъект. Место труда в жизнедеятельности человека, общества и в развитии сферы услуг.
29. Условия труда как социально-экономическая категория: содержание и показатели. Охрана и безопасность труда. Требования Трудового Кодекса РФ.
30. Социально-экономическое значение труда в сфере услуг.
31. Трудовой потенциал общества и человеческий капитал работника. Роль человеческого капитала в развитии сферы услуг.

32. Сфера услуг как объект государственного регулирования. Основные черты эффективного государственного регулирования сферы услуг.
33. Разделение, специализация и кооперации труда в сфере услуг.
34. Сущность инновационного менеджмента. Управленческие и технологические инновации. Принципы и методы организации нововведений в сфере услуг.
35. Организация и эффективность труда в сфере услуг
36. Нормирование труда в сфере услуг.