

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Кыргызский Государственный Университет им. И. Раззакова

Филиал им. академика Х.А.Рахматулина

Отделение «Экономика и менеджмент»

Одобрено

УМС филиал им. академика  
Х.А.Рахматулина  
Председатель УМС Г.М.Суйналиева

\_\_\_\_\_ *Г.М.Суйналиева*  
протокол № 2 «24» 10 2019 г.

Утверждаю

Директор филиала им. академика  
Х.А.Рахматулина  
профессор Ж.М.Койчуманова

\_\_\_\_\_ *Ж.М.Койчуманова*  
«31» 10 2019 г.



ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА  
ВЫПУСКНИКОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 580200 «МЕНЕДЖМЕНТ»

КВАЛИФИКАЦИЯ, АКАДЕМИЧЕСКАЯ СТЕПЕНЬ  
БАКАЛАВР МЕНЕДЖМЕНТА

Разработана на основе ГОС направления 580200 «Менеджмент»

Программа рассмотрена и одобрена

на заседании отделения «Экономика и менеджмент» протокол № 2 от  
4.10 2019 г.

Зав. отделения «Экономика и менеджмент»

Иманкулова Э.Т. \_\_\_\_\_ *Э.Т. Иманкулова*

Бишкек -2019 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель Государственного экзамена по направлению 580200 «Менеджмент»
2. Общие требования к выпускнику, предусмотренные ГОС
3. Перечень дисциплин, включенных в государственный экзамен и форма экзамена
4. Перечень вопросов по дисциплинам  
«Основы менеджмента»  
«Теория организации»  
«Маркетинг»
5. Критерии оценки знаний студентов

Приложение: экзаменационные билеты

## **1. Цель Государственного экзамена по направлению 580200 «Менеджмент»**

Цель – проверка знаний и умений, приобретенных при изучении общих профессиональных и специальных дисциплин, в приложении к задачам будущей экономической деятельности в соответствии с общими требованиями к выпускнику, предусмотренными государственным образовательным стандартом.

Итоговый Комплексный государственный экзамен по направлению 580200 «Менеджмент» представляет собой итоговое испытание по профессионально-ориентированным междисциплинарным проблемам, устанавливающее соответствие подготовленности выпускников требованиям ГОС.

Итоговый комплексный государственный экзамен проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и должен, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные государственным образовательным стандартом по данному направлению. Итоговый комплексный государственный экзамен позволяет выявить и оценить теоретическую подготовку выпускника для решения профессиональных задач, готовность к основным видам профессиональной деятельности.

Итоговый комплексный государственный экзамен должен носить комплексный характер и проводиться по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов направления «Менеджмент».

## 2. Общие требования к выпускнику, предусмотренные ГОС

Профессиональная деятельность бакалавра менеджмента ориентирована на обеспечение функционирования организационных подразделений предприятий и организаций различных форм собственности в целях рационального и эффективного осуществления основных (базовых) функций менеджмента и процесса управления в организации и ее отдельных подразделениях.

### **Бакалавр менеджмента должен:**

- **знать** основные этапы управленческой мысли, категории экономической науки и социологии, суть социально-экономических явлений, методы анализа экономических и социальных процессов;
- **понимать** законы функционирования организаций, основные функции менеджмента, взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний, современные проблемы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности, основы межкультурных отношений в менеджменте;
- **владеть** практическими навыками менеджера: осуществление коммуникаций, принятие управленческих решений, управление конфликтами и стрессами, современные технологии управления персоналом, обработка деловой информации, составление финансовой отчетности, анализ и оценка рыночных и специфических рисков и др.

Бакалавр менеджмента должен быть подготовлен к организационно-управленческой, информационно-аналитической, научно-исследовательской и производственно-технологической деятельности в соответствии с фундаментальной и общей специальной подготовкой, позволяющей исполнять управленческие функции и должностные обязанности среднего уровня управленческой иерархии в штабных или линейных подразделениях организационной структуры управления.

### **3. Перечень дисциплин, включенных в государственный экзамен и форма экзамена**

Комплексный государственный экзамен по направлению 580200 «Менеджмент» включает тематику:

- общепрофессиональных дисциплин — основы менеджмента, теория организации
- специальных дисциплин – маркетинг

Форма проведения комплексного государственного экзамена по направлению устная по экзаменационному билету, включающему три вопроса.

## **4. Перечень вопросов по дисциплинам**

### **4.1. «Основы менеджмента»**

Общая теория управления. Закономерности управления различными системами. Управление социально-экономическими системами (организациями). Методологические основы менеджмента. Инфраструктура менеджмента. Социофакторы и этика менеджмента. Интеграционные процессы в менеджменте.

Моделирование ситуаций и разработка решений. Природа и состав функций менеджмента: стратегические и тактические планы в системе менеджмента; организационные отношения; формы организации системы менеджмента; мотивация деятельности; регулирование и контроль в системе менеджмента. Динамика групп и лидерство в менеджменте. Управление человеком и управление группой. Руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента и имидж менеджера; конфликтность в менеджменте. Факторы эффективности менеджмента

### **Экзаменационные вопросы**

1. Виды и функции менеджмента.
2. Методы управленческой деятельности и принципы их реализации.
3. Внешняя среда организации, ее основные элементы и их влияние на деятельность организации.
4. Внутренняя среда организации и ее основные элементы.
5. Методология менеджмента: принципы, методы и стили менеджмента.
6. Функции менеджмента как средство реализации его целей и стратегии.
7. Планирование как общая функция менеджмента, виды, методы и технология планирования.

8. Организация как общая функция менеджмента, создающая условия для выполнения планов.
9. Жизненный цикл организации. Характеристика основных этапов.
10. Эволюция теории и практики менеджмента.
11. Подходы к принятию управленческого решения: понятия и сравнительная характеристика.
12. Экономическая, социальная правовая и технологическая сущность управленческого решения.
13. Методы, этапы и процедуры процесса принятия рационального управленческого решения.
14. Принятие управленческих решений в условиях неопределенности и риска.
15. Организационные структуры управления, их виды и сферы эффективного применения.
16. Особенности органических и механистических организационных структур управления. Их преимущества и недостатки.
17. Мотивационные теории управления.
18. Сравнительный анализ содержательных и процессуальных теорий мотивации.
19. Корпоративная культура, ее компоненты и влияние на деятельность организации.
20. Модели управления изменениями. Методы преодоления сопротивления изменениям.
21. Виды контроля в организациях различных типов.
22. Подходы к управлению в современных условиях: системный, «управление по целям», ситуационный.
23. Делегирование полномочий в организациях: цели, методы.
24. Стили управления в организации.
25. Современные теории лидерства в менеджменте организации.

## **4.2. «Теория организации»**

Организация как система. Социальная организация, хозяйственные организации; организация и управление. Теория организации и ее место в системе научных знаний.

Закон синергии; закон информированности – упорядоченности; закон самосохранения; закон единства анализа (синтеза); закон развития; законы композиции и пропорциональности; специфические законы социальной организации.

Принципы статической организации; принципы динамической организации. Принципы рационализации. Проектирование организационных систем.

Развитие организационно-управленческой мысли; организационная культура; субъекты организаторской деятельности.

### **Экзаменационные вопросы**

1. Понятие организации и её признаки. Классификация организаций
2. Концепции системного подхода к исследованию организаций.
3. Функциональное содержание организации.
4. Организационно-правовые формы коммерческих организаций.
5. Организационно-правовые формы некоммерческих организаций
6. Общие законы организации и их взаимодействие.
7. Закон синергии – основополагающий закон организации, его сущность и проявление.
8. Закон самосохранения, его содержание и формы реализации в организации.
9. Закон композиции и пропорциональности и его реализация в организациях.
10. Основные типы организационных культур. Носители организационной культуры.

11. Понятие организационной культуры и её элементы. Правила формирования организационной культуры
12. Особенности бюрократических структур управления.
13. Особенности органических структур управления.
14. Роль информационных компьютерных технологий в повышении конкурентоспособности предприятий.
15. Информационные ресурсы предприятия. Значение информации в управлении организации.
16. Комплексные системы управления предприятием. Назначение и состав.
17. Виды программного обеспечения в сфере корпоративного управления
18. Факторы, оказывающие влияние на кадровую политику организации. Внутренние факторы, оказывающие влияние на кадровую политику организации.
19. Привлечение и отбор персонала организации.
20. Процедуры отбора кадров в организации.
21. Особенности менеджмента в органах государственной власти.
22. Особенности менеджмента в органах местного самоуправления.
23. Особенности деятельности государственных и муниципальных организаций.
24. Роль корпоративных структур в развитии экономики страны и регионов.
25. Взаимодействие государства с различными видами организаций. Роль государственного регулирования деятельности организаций.

#### **4.3. «Маркетинг»**

Понятие и сущность системы маркетинга. Основные принципы маркетинга и их характеристика. Функции маркетинга. Виды маркетинга и их характеристика.

Конкуренция в системе маркетинга. Факторы конкурентной среды. Анализ деятельности конкурентов. Оценка конкурентоспособности деятельности предприятия. Понятие и основные виды маркетинговой стратегии.

Цели и задачи ценовой политики предприятия. Этапы процесса ценообразования. Классификация цен в системе маркетинга. Виды ценовой стратегии предприятия.

Содержание сбытовой политики предприятия. Характеристика каналов сбыта. Функции каналов товародвижения. Эффективность системы товародвижения.

Содержание рекламной деятельности предприятия. Этапы разработки рекламной программы предприятия и их характеристика.

Организация планирования маркетинга. Структура и характеристика маркетинговой программы.

Маркетинговая информационная система. Этапы и методы сбора и обработки маркетинговой информации.

Управление маркетинговой деятельностью. Организационные структуры управления службы маркетинга и их характеристика.

### **Экзаменационные вопросы**

1. Маркетинг: понятие, задачи, функции деятельности. Компоненты маркетинга.
2. Стратегический маркетинг: понятие, цель, задачи.
3. Виды стратегии маркетинга.
4. Этапы разработки стратегического плана маркетинга.
5. Товарный рынок. Продуктовые и географические границы товарного рынка.
6. Классификация видов товарного рынка.
7. Сегментирование товарного рынка. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг.

8. Методы сегментирования. Целевой рынок.
9. Маркетинговое исследование: цель, задачи, результаты.
10. Информационная основа, методы маркетингового исследования.
11. Особенности планирования цены производителей на стадиях жизненного цикла товара.
12. Задачи конкурентной политики на стадиях жизненного цикла организации.
13. Конкурентоспособность. Соотношение категорий «конкурентоспособность» и «качество».
14. Параметры конкурентоспособности продукции и услуг.
15. Методы оценки уровня конкурентоспособности.
16. Этапы оценки уровня конкурентоспособности на основе метода групповых показателей.
17. Измерители объема и структуры товарного рынка: доля, емкость, уровень концентрации.
18. Продвижение товаров (услуг). Реклама, персональные продажи, формирование общественного мнения, стимулирование сбыта.
19. Внешние факторы, влияющие на потребительское поведение.
20. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.
21. Клиентоориентированный подход в маркетинге.
22. Методы изучения потребительского поведения.
23. Понятие целевых аудиторий, их особенности и формирование.
24. Маркетинговые коммуникации как эффективное средство воздействия на факторы внешней и внутренней среды предприятия.
25. Организация и проведение рекламной кампании предприятия.

## 5. Критерии оценки знаний студентов

Ответ студента на итоговом экзамене оценивается государственной экзаменационной комиссией по 4-х балльной системе.

Ответ оценивается на **«отлично»**, если студент продемонстрировал глубокое знание теоретических проблем по вопросам билета в тесной связи с практикой в условиях современных рыночных отношений и ответил на дополнительные вопросы комиссии, как по вопросам билета, так и в целом по курсам, входящим в блок общепрофессиональных и специальных дисциплин.

Ответ оценивается на **«хорошо»**, если студент представил ответы, в которых были отражены на достаточно высоком уровне основные проблемы и категории, поставленные в экзаменационном билете, но при этом не на все основные и дополнительные вопросы даны глубокие аргументированные ответы.

Ответ оценивается на **«удовлетворительно»**, если студент в общем виде осветил сущность вопросов, поставленных в экзаменационном билете, но не ответил при этом на дополнительные вопросы комиссии.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за ответ, который показал неумение студента ориентироваться в основных проблемах курсов, входящих в блок общепрофессиональных и специальных дисциплин, и дополнялся слабыми ответами студента на дополнительные вопросы членов комиссии.

Результаты экзамена оцениваются коллегиально на закрытом заседании государственной экзаменационной комиссии.