



## **Введение.**

Программа вступительного испытания в аспирантуру по направлению подготовки 38.06.01 Экономика (профиль: 08.00.05 экономика и управление народным хозяйством) составлена с опорой на дисциплины направлений (магистратура: 38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент, 38.04.07 Государственное и муниципальное управление, 38.04.08 Финансы и кредит, специальности – 38.05.01 Экономическая безопасность).

### **1. Цель вступительного испытания.**

**Цель вступительного испытания:** оценка соответствия поступающего требованиям, определенным Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.06.01 Экономика, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.07.2014 № 898, приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 2.09.2014г. № 1192 и паспорта ВАК РФ по специальностям 08.00.05 экономика и управление народным хозяйством.

### **2. Задачи вступительного испытания.**

1. Оценить качество знаний поступающего в области направления подготовки;
2. Оценить уровень исследовательской и педагогической культуры поступающего в аспирантуру, склонность к научно-исследовательской и педагогической деятельности.
3. Оценить навыки будущего аспиранта, а именно, выяснить, способен ли он проводить научный анализ проблем, объективно оценивать теории, события, результаты собственного научного исследования, корректно и аргументировано вести дискуссию.
4. Уточнить область научных интересов и, по возможности, выявить мотивы поступления в аспирантуру (анализ мотива поступления способствует оптимизации процесса обучения).

Таким образом, поступающему в аспирантуру необходимо иметь глубокие знания программного содержания дисциплины, уметь логично излагать материал, иметь представления о публикациях в избранной области, ориентироваться в проблематике научных дискуссий и разных точках зрения на рассматриваемые проблемы.

### **3. Требования к реферату.**

При отсутствии опубликованных научных работ обязательным условием допуска к вступительному испытанию по специальности является подготовка реферата, который должен показать готовность поступающего к научной работе. Лица, получившие положительный отзыв на реферат или опубли-

ликованные научные работы, допускаются к вступительным испытаниям в аспирантуру.

Вступительный реферат является самостоятельной работой, содержащей обзор состояния сферы предполагаемого исследования (при отсутствии научных трудов). Объем реферата составляет 15-25 страниц печатного текста.

В реферате автор должен продемонстрировать четкое понимание проблемы, знание дискуссионных вопросов, связанных с ней, умение подбирать и анализировать фактический материал, умение сделать из него обоснованные выводы, наметить перспективу дальнейшего исследования.

#### **4. Темы рефератов.**

1. Ресурсосбережение (энергосбережение) как национальный экономический приоритет.
2. Влияние отраслей высоких технологий на обеспечение национальной экономической безопасности.
3. Системная инвестиционная безопасность как основа устойчивого развития экономики.
4. Импортозамещение как фактор стимулирования роста отечественного производства.
5. Влияние состояния основных фондов (технологического оборудования) на обеспечение экономической безопасности.
6. Развитие организационно-экономического механизма обеспечения экономической безопасности региона.
7. Формирование системы безопасности реального сектора экономики (промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт) (на примере региона).
8. Обеспечение экономической безопасности предприятий агропромышленного комплекса.
9. Обеспечение экономической безопасности предприятий пищевой промышленности (или другой отрасли).
10. Формирование системы управления экономической безопасностью предприятия (организации).
11. Организация и совершенствование маркетинговой деятельности организации.
12. Разработка маркетинговой стратегии организации.
13. Разработка стратегии сегментирования рынка (на конкретном примере рынка потребительских товаров и услуг, товаров производственного назначения).
14. Исследование особенностей покупательского поведения потребителей на рынке товаров производственного назначения (на примере конкретного рынка).
15. Совершенствование формирования и управления потребительским спросом на товарном рынке.
16. Особенности управления маркетингом и рекламой в организации.

17. Анализ и совершенствование ассортиментной политики предприятия на рынке.
18. Управление маркетингом с целью совершенствования конкурентоспособности организации
19. Совершенствование инновационной политики предприятия, организации на основе использования.
20. Управление конкурентоспособностью предприятия на рынке.
21. Управление конкурентоспособностью продукции, услуг предприятия на рынке.
22. Управленческий учёт в корпоративном управлении (на конкретном примере).
23. Система внутреннего аудита в управлении предприятием (на конкретном примере).
24. Процессно-ориентированное бюджетирование: теоретические основы и перспективы развития в России
25. Оценка корпоративных рисков при принятии управленческих решений в компании.
26. Система внутреннего контроля в корпоративном управлении.
27. Комплексная оценка эффективности деятельности в управлении компанией.
28. Управленческий анализ на предприятиях малых форм хозяйствования.
29. Оценка и пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия
30. Совершенствование управления оборотными активами (необоротными активами, персоналом) предприятия (на конкретном примере).
31. Выбор стратегии развития эффективного аграрного землепользования (на конкретном примере).
32. Государственная поддержка малых инновационных предприятий (на конкретном примере).
33. Инвестиционная стратегия бизнеса в российских регионах (на примере региона).
34. Методы государственной поддержки предпринимательства.
35. Управление рисками компании.
36. Совершенствование системы управления экономическим развитием муниципального образования.
37. Совершенствование системы поддержки и стимулирования инвестиционного процесса в регионе (муниципальном образовании).
38. Совершенствование управления государственной (муниципальной) собственностью.
39. Повышение эффективности использования земельных ресурсов муниципального образования (на примере).
40. Формирование (развитие) организационно-экономического механизма поддержки малого предпринимательства на региональном (муниципальном) уровне.

41. Разработка (совершенствование) региональной (муниципальной) политики поддержки малого предпринимательства и механизмов ее реализации.
42. Развитие форм и методов государственной поддержки субъектов малого (среднего) предпринимательства на региональном уровне
43. Маркетинг в системе управления территорией.

### **5. Компетентность поступающего в аспирантуру.**

Компетентность поступающего в аспирантуру должна подтвердить готовность и способность его к освоению компетенций, предусмотренных федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования по направлению подготовки 38.06.01 Экономика. Компетентность поступающего проверяется по следующим дисциплинам:

- Микроэкономика;
- Макроэкономика;
- Управление маркетингом;
- Управленческая экономика (Экономика организаций);
- Современный стратегический анализ;
- Бухгалтерский учет и анализ.

### **6. Содержание программы.**

#### **Дисциплина «Микроэкономика»**

##### **1. Спрос и предложение. Равновесие на рынке товара.**

Спрос на товар и основные факторы спроса. Рыночное предложение товаров и основные факторы предложения. Взаимодействие спроса и предложения. Равновесие на продуктовом рынке. Равновесная цена и равновесный объем. Влияние государственного регулирования на равновесие рынка.

##### **2. Монополия и монополизм в экономике.**

Монополия и монопольная власть. Виды монополий. Монопсония. Максимизация прибыли монополистом. Монополизм как экономическое явление. Государственное регулирование монополий.

##### **3. Олигополия.**

Олигополия как тип рынка. Виды олигополии. Особенности конкуренции и основные варианты поведения фирмы на олигополистическом рынке.

##### **4. Монополистическая конкуренция как вид рынка.**

Основные особенности рынка монополистической конкуренции. Роль ценовой и неценовой конкуренции на данном рынке. Реклама и рекламные затраты как инструмент конкуренции. Спор о роли рекламы в экономике и обществе.

##### **5. Рынок труда.**

Труд как специфический товар. Особенности формирования спроса на труд и его предложения. Цена труда. Формы и системы заработной платы. Государственное регулирование рынка труда. Роль специализированных

экономических институтов (службы занятости, агентства и т.п.) в функционировании рынка труда.

#### **6. Рынок капитала.**

Понятие капитала в экономической теории. Формы капитала. Спрос и предложение на рынке капитала. Факторы, определяющие спрос и предложение на рынке заёмных средств. Изменение стоимости активов во временном промежутке. Суть и назначение дисконтирования.

#### **7. Общественные товары.**

Классификация экономических благ и виды общественных благ.

Предоставление общественных благ посредством рынка. Предоставление общественных благ государством. Проблема «безбилетника».

### **Дисциплина «Макроэкономика»**

#### **1. Основные макроэкономические показатели и методы их измерения.**

Валовой внутренний продукт (ВВП). Методы расчёта ВВП. Валовой национальный продукт (ВНП). Национальный доход. Личный доход. Располагаемый личный доход.

#### **2. Основные индексы цен и область их применения.**

Индекс потребительских цен. Индекс цен производителей. Дефлятор ВВП. Номинальный и реальный ВВП. Индекс Фишера. Индекс Доу-Джонса и другие специфические индексы.

#### **3. Совокупный спрос и совокупное предложение.**

Совокупный спрос и его компоненты. Факторы, влияющие на совокупный спрос. Стимулирование совокупного спроса как вариант антикризисной политики государства. Инструменты стимулирования совокупного спроса. Совокупное предложение и факторы, влияющие на совокупное предложение. Модель AD-AS. Равновесный и потенциальный ВВП.

#### **4. Экономический рост: его типы, факторы, показатели и значение имиджа страны для экономического роста.**

Понятие экономического роста. Показатели экономического роста. Факторы и типы экономического роста. Государственная политика стимулирования экономического роста. Значение иностранных инвестиций для национальной экономики. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в Россию и в её регионы.

#### **5. Безработица и государственная политика занятости.**

Понятие безработицы. Трудоспособное население и рабочая сила. Занятые и безработные. Безработные и не включаемые в рабочую силу. Уровень безработицы. Виды безработицы. Естественный уровень безработицы. Экономические и неэкономические последствия безработицы. Государственная политика борьбы с безработицей.

#### **6. Инфляция: причины, виды, показатели и последствия.**

Понятие инфляции. Виды и причины инфляции. Показатели уровня инфляции. Последствия инфляции.

#### **7. Деньги: их функции, виды и денежные агрегаты.**

Сущность и функции денег. Виды денег. Денежные агрегаты. Деньги и «почти деньги». Эмиссии денег и механизм изменения предложения денег в экономике.

### **8. Налоговая система.**

Понятие налога и налоговой системы. Принципы налогообложения. Основные виды налогов. Воздействие налогов на совокупный спрос и совокупное предложение. Кривая Лаффера.

### **9. Государственный бюджет.**

Понятие государственного бюджета. Основные виды доходов и расходов бюджета. Состояние (сальдо) государственного бюджета и его виды. Теоретические концепции бюджета. Методы финансирования дефицита государственного бюджета, их преимущества и недостатки.

### **10. Фискальная политика.**

Фискальная политика и ее цели. Инструменты фискальной политики и их воздействие на совокупный спрос. Эффект мультипликатора. Стимулирующая и сдерживающая фискальная политика. Автоматическая и дискреционная фискальная политика. Встроенные стабилизаторы.

### **11. Инфраструктура рыночной экономики.**

Задачи инфраструктуры рыночной экономики. Основные экономические, социально-экономические и организационно-правовые элементы инфраструктуры. Государственные и частные институты инфраструктуры.

### **12. Характерные черты рыночной экономики.**

Рыночный характер экономических отношений. Экономическая самостоятельность и экономическая ответственность товаропроизводителей. Исключительный характер конкуренции. Открытый характер экономики. Свободное ценообразование. Сочетание и равноправие разных форм собственности. Необходимость государственного регулирования рыночной экономики и государственной социальной политики. Основные модели рыночной экономики: американская, японская, шведская и др.

## **Дисциплина «Управление маркетингом»**

### **1. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфель бизнеса.**

Управление бизнес-портфелем организации: основные понятия, этапы, управление портфелем с использованием матриц (BCG, GE/McKinsey, ADL/LC), оценка синергизма бизнес-портфеля. Роль маркетинга в управлении бизнес-портфелем: исследование привлекательности рынков/отраслей, оценка конкурентоспособности бизнеса.

### **2. Управление маркетингом на корпоративном уровне: стратегии роста.**

Стратегии роста: использование матрицы Ансоффа «Продукт-Рынок» для выбора вектора роста. Стратегии интенсивного роста, стратегии интеграционного роста, стратегии диверсификационного роста.

### **3. Анализ конкурентов и выбор конкурентной стратегии. Формирование конкурентных преимуществ фирмы.**

Анализ конкурентов, диагностика конкурентной среды, бенчмаркинг.

Стратегии конкурентов в зависимости от рыночной позиции: стратегии лидера, претендента, последователя, стратегии компании, обслуживающей нишу. Формирование конкурентных преимуществ: рыночный и ресурсный подход. Матрица конкуренции М.Портера.

#### **4. Сегментация рынка, оценка привлекательности сегментов и выбор стратегии охвата рынка.**

Понятие сегментации рынка. Этапы процесса сегментации. Определение переменных и подходов к сегментации: априорный подход и подход на основе кластеризации. Оценка привлекательности сегментов и выбор целевого рынка.

#### **5. Управление продуктом в маркетинге.**

Стратегические решения по управлению продуктом: стандартизация/специализация, обеспечение необходимого качества, инновационное развитие продукта. Управление продуктовым портфелем компании. Управление разработкой новых товаров. Марочная политика предприятия. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла товара.

#### **6. Управление ценой в маркетинге.**

Принципы ценообразования. Процесс формирования ценовой стратегии. Виды ценовых стратегий: стратегии установления цен на новые товары, стратегии ассортиментного ценообразования, стратегии конкурентного ценообразования, стратегии дифференцированного ценообразования. Ценовые тактики и управление изменением цен.

#### **7. Управление каналами распределения в маркетинге.**

Формирование стратегии распределения. Управление каналами распределения: планирование продаж, мотивирование участников канала распределения, оценка деятельности участников канала распределения, совершенствование канала распределения.

### **Дисциплина «Управленческая экономика»**

#### **1. Экономическая эффективность производства: показатели и методы определения**

Общее понятие эффективности по Парето и понятие экономической эффективности производства. Абсолютные и относительные показатели эффективности и методика их построения.

#### **2. Производственный потенциал предприятия**

Понятие потенциала в экономике, виды потенциалов. Экономическая сущность производственного потенциала. Основные элементы, входящие в состав производственного потенциала. Характеристика производственных ресурсов предприятия. Методы определения величины производственного потенциала.

#### **3. Производственная программа и производственная мощность предприятия**

Производственная программа: сущность, назначение и последовательность разработки. Понятие производственной мощности предприятия. Роль производственных мощностей в разработке и обосновании производственной

программы предприятия. Методы определения величины производственной мощности. Показатели использования производственной мощности

#### **4. Концентрация и монополизация производства**

Понятие концентрации и монополизации производства. Понятие эффекта масштаба, виды эффекта масштаба. Показатели абсолютной и относительной концентрации, показатели концентрации производства в отрасли (коэффициент трех, индекс Герфиндаля-Гиршмана). Виды концентрации производства. Показатели, используемые для оценки уровня монополизации производства и товарных рынков. Законодательные меры по ограничению уровня монополизации.

#### **5. Издержки производства и себестоимость продукции**

Понятие издержек, классификация издержек. Понятия и особенности формирования экономической, бухгалтерской и нормальной прибыли. Понятие и классификация себестоимости продукции (работ, услуг).

#### **6. Прибыль организации (предприятия) концепции, измерение, планирование**

Порядок расчета прибыли организации. Планирование прибыли. Понятие рентабельности. Методика построения показателей рентабельности.

#### **7. Особенности и проблемы государственного регулирования отдельных отраслей в России**

Необходимость государственного регулирования в рыночной экономике. Особенности и проблемы государственного регулирования отдельных отраслей в России.

### **Дисциплина «Современный стратегический анализ»**

#### **1. Сущность и содержание стратегического анализа, его роль в процессе разработки стратегии**

Понятие стратегии, уровни разработки стратегических решений в компании. Понятие стратегического анализа, роль стратегического анализа в процессе разработки стратегии. Общие этапы процедуры стратегического анализа.

#### **2. Краткая характеристика факторов макросреды бизнеса. Методы стратегического анализа макросреды**

Понятие и краткая характеристика факторов макросреды бизнеса. Методы стратегического анализа макросреды: PEST, матрица возможностей, матрица угроз, профиль среды.

#### **3. Стратегический анализ отрасли. Основные экономические характеристики отрасли**

Понятие отрасли. Подходы к определению границ отраслевого анализа. Основные экономические характеристики отрасли. Методы определения емкости рынка. Показатели концентрации конкурентов на рынке.

#### **4. Структурный анализ отрасли по модели пяти сил М.Портера**

Элементы и порядок выполнения структурного анализа отрасли по модели 5 сил М.Портера. Сферы применения результатов анализа.

#### **5. Стратегический анализ конкурентов. Применение бенчмаркинга в процессе стратегического анализа конкурентов**

Понятие стратегической группы конкурентов, построение карты стратегических групп. Анализ конкурентов по 4 диагностическим компонентам М.Портера. Сущность и приемы бенчмаркинга, применяемые для достижения превосходства над конкурентами.

#### **6. Стратегический анализ и сегментация потребителей**

Понятие и процедура сегментации потребителей. Основные аналитические методы, применяемые на этапе выбора переменных сегментирования. Основные аналитические методы, применяемые на этапе определения сегментов. Основные аналитические методы, применяемые на этапе описания и оценки полученных сегментов.

#### **7. Ключевые факторы успеха: понятие и порядок выделения**

Понятие ключевых факторов успеха, стратегических сил (дифференцирующие факторы) и стратегических необходимостей (пороговые факторы). Процедура выявления ключевых факторов успеха.

#### **8. Стратегический анализ бизнес-портфеля компании. Матрицы портфельного анализа**

Определение бизнес-портфеля и бизнес-единицы. Основные матрицы, используемые для анализа бизнес-портфеля, и их ключевые характеристики: BCG, GE/McKinsey, ADL/LC. Оценка синергизма бизнес-портфеля.

#### **9. Обобщение результатов стратегического анализа. Метод SWOT**

Технология обобщения результатов внешнего и внутреннего анализа на основе метода SWOT. Построение матрицы SWOT-анализа и матрицы проектирования стратегии.

### **7. Вопросы выносимые на испытания.**

1. Спрос и предложение. Равновесие на рынке товара.
2. Монополия и монополизм в экономике.
3. Олигополия.
4. Монополистическая конкуренция как вид рынка.
5. Рынок труда.
6. Рынок капитала.
7. Общественные товары.
8. Основные макроэкономические показатели и методы их измерения.
9. Основные индексы цен и область их применения.
10. Совокупный спрос и совокупное предложение.
11. Экономический рост: его типы, факторы, показатели и значение имиджа страны для экономического роста.
12. Безработица и государственная политика занятости.
13. Инфляция: причины, виды, показатели и последствия.
14. Деньги: их функции, виды и денежные агрегаты.
15. Налоговая система.
16. Государственный бюджет.
17. Фискальная политика.
18. Инфраструктура рыночной экономики.
19. Характерные черты рыночной экономики.

20. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфель бизнеса.
21. Управление маркетингом на корпоративном уровне: стратегии роста.
22. Анализ конкурентов и выбор конкурентной стратегии. Формирование конкурентных преимуществ фирмы.
23. Сегментация рынка, оценка привлекательности сегментов и выбор стратегии охвата рынка.
24. Управление продуктом в маркетинге.
25. Управление ценой в маркетинге.
26. Управление каналами распределения в маркетинге.
27. Экономическая эффективность производства: показатели и методы определения
28. Производственный потенциал предприятия
29. Производственная программа и производственная мощность предприятия
30. Концентрация и монополизация производства
31. Издержки производства и себестоимость продукции
32. Прибыль организации (предприятия) концепции, измерение, планирование
33. Особенности и проблемы государственного регулирования отдельных отраслей в России
34. Сущность и содержание стратегического анализа, его роль в процессе разработки стратегии
35. Краткая характеристика факторов макросреды бизнеса. Методы стратегического анализа макросреды
36. Стратегический анализ отрасли. Основные экономические характеристики отрасли
37. Структурный анализ отрасли по модели пяти сил М.Портера
38. Стратегический анализ конкурентов. Применение бенчмаркинга в процессе стратегического анализа конкурентов
39. Стратегический анализ и сегментация потребителей
40. Ключевые факторы успеха: понятие и порядок выделения
41. Стратегический анализ бизнес-портфеля компании. Матрицы портфельного анализа
42. Обобщение результатов стратегического анализа. Метод SWOT
43. Общая характеристика хозяйственного учета, его виды
44. Предмет и метод бухгалтерского учета, характеристика его объектов
45. Сущность двойственного отражения хозяйственных операций и порядок отражения записей на счетах
46. Документация. Документооборот. Инвентаризация
47. Характеристика бухгалтерского баланса, его структура и содержание
48. Учетная политика предприятия

## **8. Критерии оценки испытания.**

Вступительные испытания проводятся методом тестирования и собеседования. Экзаменационный тест содержит 40 вопросов. Оценка вступитель-

ных испытаний методом тестирования осуществляется в автоматическом режиме. На правильно отвеченный вопрос поступающий получает 2 балла. Собеседование поступающего с членами экзаменационной комиссии проводится по вопросам, вынесенным на вступительные испытания. Максимальное количество баллов, полученных в результате собеседования, составляет 20 баллов.

По итогам вступительного испытания методом тестирования и собеседования минимальное количество баллов составляет 40, а максимальное – 100.

### **9. Основная литература**

1. Розанова, Н.М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов / Н.М. Розанова. - М.: Юрайт; ИД Юрайт, 2012. - 985 с. - Серия: Учебники НИУ ВШЭ.
2. Тарасевич, Л.С. Микроэкономика: учебник / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. - 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт; ИД Юрайт, 2011. - 542 с.
3. Туманова, Е.А. Макроэкономика. Элементы продвинутого подхода. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 400 с.
4. Шиврина Т.Б., Жукова Ю.С., Смоленцева Е.В. Управленческая экономика: Учебное пособие. - Киров: Вятская ГСХА, 2013. - 184 с.
5. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом: учебное пособие. - Киров: ФГБОУ ВПО Вятская ГСХА, 2011. - 233 с.
6. Петров А.М. Учет и анализ: учебник.- Изд. 2-е, перераб. и доп. - КУРС: ИНФРА-М, 2014. - 511 с.

### **10. Дополнительная литература.**

1. Бусыгин, В.П. Сборник задач по курсу микроэкономики продвинутого уровня / В.П. Бусыгин, Е.В. Покатович, А.А. Фридман; Гос. ун-т - Высшая школа экономики. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. - 385 с.
2. Гальперин, В.М., Игнатъев, С.М., Моргунов, В.И. Микроэкономика: В 3 т. - М.: Экономикс, Омега-Л, 2010. - 1026 с. - (Библиотека «Экон. школы»).
3. Теория фирмы / под ред. В.М. Гальперина. - СПб.: Экономическая школа, 2000. - 534 с.
4. Боулз, С. Микроэкономика: поведение, институты, эволюция / С. Боулз; пер. с англ. К.А. Букина, А.В. Демидовой, Д.С. Карабекян и др. - М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010. - 576 с.
5. Агапова, Т.А., Серегина, С.Ф. Макроэкономика. - М.: Маркет ДС, 2009. - 416 с. - (Университетская серия).
6. Матвеева, Т.Ю. Введение в макроэкономику: учебное пособие. - 6-е изд., испр. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. - 511 с.
7. Абель, Э., Бернанке, Б. Макроэкономика. - 5-е изд. - СПб.: Питер, 2008. - 786 с.
8. Кит П., Янг Ф. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя. 5-е изд./ пер. с англ. - СПб.: Питер, 2008. - 624 с.
9. Чеканский А.Н., Коцоева В.А., Варюхин С.Е. Управленческая экономика:

практика применения: учеб. пособие.- М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010. – 172 с.  
 10. Сно К.К. Управленческая экономика./ пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000.- 671 с.

11. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление/ Дэвид А. Аакер; пер. с англ. - 7-е изд. - СПб. : Питер, 2011. - 496 с.

12. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Роберт М. Грант; пер. с англ. - 7-е изд. - СПб.: Питер, 2012. - 544 с.

13. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; перевод с англ. И. Минервина. - 3-е издание. - М.: Альпина Паблишер, 2011. - 453 с.

14. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан; пер. с англ. - М.: БИНОМ Лаборатория знаний, 2009. - 544 с.

15. Хорин А.Н. Стратегический анализ: Учебное пособие / А.Н. Хорин, В.Э. Керимов. - 2-е изд. - М.: Эксмо, 2009. - 480 с.

16. Ойнер, О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров. - М.: Издательство Юрайт, 2012. - 343 с.

17. Гайдаенко, Т.А. Маркетинговое управление. - 3-е издание. - М.: Эксмо, 2008. - 512 с.

18. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. - 3-е изд. - СПб.: Питер, 2008. - 480 с.

19. Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан-Жак Ламбен; перевод с англ. В. Б. Колчанова. - СПб.: Питер, 2007. - 800 с.

### **11. Учебно-методические разработки кафедры.**

Шиврина, Т.Б. Практикум по управленческой экономике (на примере отраслей АПК) [Текст]: учебное пособие/ Т.Б. Шиврина, Ю.С. Жукова, Е.В. Смоленцева. - Киров: ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2015.- 85 с.

### **12. Программное обеспечение, интернет-ресурсы, электронные библиотечные системы.**

<b>Ссылка на информационный ресурс</b>	<b>Наименование разработки</b>	<b>Доступность</b>
<a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	Содержит полнотекстовые учебники и учебные пособия
<a href="http://ftacademy.ru/science/pub/young/">http://ftacademy.ru/science/pub/young/</a>	Сборники трудов молодых ученых Вятской ГСХА	Доступны полнотекстовые версии статей
<a href="http://www.nlr.ru/">http://www.nlr.ru/</a>	Сайт Российской Национальной библиотеки	Доступен электронный каталог фондов библиотеки, доступны издания из фондов библиотеки в виде графических материалов
<a href="http://www.cons">http://www.cons</a>	Виртуальная спра-	В некоммерческой интернет версии

<b>Ссылка на информационный ресурс</b>	<b>Наименование разработки</b>	<b>Доступность</b>
<a href="http://ultant.ru/">ultant.ru/</a>	вочно-правовая система компании Консультант Плюс	доступно федеральное и региональное законодательство, судебная практика и др.
<a href="http://www.sciencedirect.com/">http://www.sciencedirect.com/</a>	Всемирная электронная база данных научных изданий	В бесплатном режиме доступен поиск по каталогам базы данных, доступны аннотации статей, выходные данные и координаты авторов
<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>	Научная электронная библиотека	В форме электронных каталогов по научным изданиям, авторам и научным организациям, содержит рефераты и полные тексты более 14 млн научных статей и публикаций
<a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	Доступ открыт в читальном зале отдела научной литературы или с любого компьютера академии

Программа составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.06.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.07.2014 № 898, позволяющих объективно оценить готовность и способность поступающего к освоению программы и формированию у него компетенций, предусмотренным данным ФГОСом.

Программу составила к. э. н., доцент Т.Б. Шиврина.