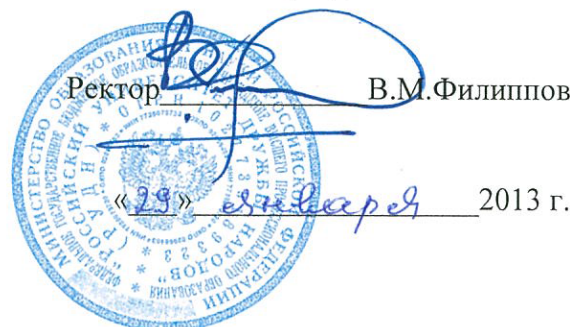


Принято

Учёным советом Института
мировой экономики и бизнеса
Протокол № 2. от «11» декабря 2013 г.
Председатель совета _____

Утверждаю



ПРОГРАММА

Междисциплинарного экзамена для поступающих в магистратуру Российского университета дружбы народов (институт мировой экономики и бизнеса) по направлению 080100 «ЭКОНОМИКА»

Магистерская программа: «ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки выпускника, определяемых действующим государственным стандартом высшего профессионального образования по направлению «Экономика», и включает основные разделы экономической теории, знание которых необходимо для последующего освоения дисциплин магистерской программы.

Основные разделы программы

Микро- и макроэкономика

Экономика: наука и хозяйство. Микроэкономика и макроэкономика. Экономическая теория и прикладная экономика. Прикладные экономические дисциплины. Экономический анализ и экономическая политика. Экономические институты. Экономическая модель. Методы исследования экономических явлений.

Экономическая система: понятие и характеристики. Различные подходы к классификации экономических систем. Собственность: социально-экономические характеристики типов собственности. Субъекты и объекты собственности. Формы собственности. Роль собственности в формировании экономической системы. Социально-экономические типы производства.

Модели поведения потребителя в экономике. Предпосылки анализа предпочтений.

Рыночный механизм и его элементы. Рынок, его виды и структура. Субъекты рыночных отношений. Спрос, предложение, цена как основные элементы рыночного механизма. Взаимодействие спроса и предложения во времени. Модель Вальраса. Модель Маршалла.

Производство в краткосрочном периоде. Различные теоретические подходы к понятию производства и затрат (политэкономический, маржинальный, институциональный). Производительность. Производительность факторов производства. Зависимость производительности от количества и качества производственных ресурсов. Закон убывающей предельной производительности переменного фактора производства.

Затраты в краткосрочном периоде. Генезис категории «стоимость» в экономической теории. Стоимость и затраты. Эффект масштаба (положительный, постоянный,

отрицательный). Выручка и доход фирмы. Валовая, средняя и предельная выручка фирмы. Бухгалтерская и экономическая прибыль. Условие максимизации прибыли.

Совершенная и несовершенная конкуренция на рынке в коротком периоде. Конкуренция и структура рынка. Предложение фирмы совершенного конкурента. Монополия. Естественная монополия. Модель монопольного рынка по сравнению с рынком совершенной конкуренции. Ценовая дискриминация: понятия и виды. Антимонопольное регулирование. Олигополия. Основные допущения моделирования олигополии. Модели олигополистического поведения. Неценовая конкуренция: дифференциация продукта, качество, гарантии, обслуживание и реклама. Равновесие ФМК при ценовой и при неценовой конкуренции.

Рынок ресурсов. Особенности факторных рынков. Допущения построения модели рынка труда. Несовершенная конкуренция на рынке труда. Монопольная власть на рынке труда. Модель равновесия на монопольном рынке труда. Влияние профсоюзов на рынки труда. Монопсония на рынке труда. Двусторонняя монополия на рынке труда. Особенности рынка капитала и земли.

Экономическая эффективность и теория благосостояния. Социальная справедливость. Неравенство доходов и перераспределение доходов государством; налоги и трансферты.

Случаи несостоятельности рынка. Рыночный механизм и экологические проблемы. Способы нейтрализации отрицательных последствий внешних эффектов: административные и экономические. Основные направления экономической деятельности государства.

Особенности макроэкономического анализа. Основные макроэкономические показатели.

Модель макроэкономического равновесия AD-AS. Модели макроэкономической нестабильности. Экономический рост. Экономическое развитие. Уровень благосостояния. Качество жизни. Безработица. Экономические циклы. Инфляция и покупательная способность денег. Меры борьбы с инфляцией. Банковская система. Деньги и денежный рынок. Монетарная политика. Налоги. Бюджет. Фискальная политика.

Равновесие на товарном рынке. Простая кейнсианская модель. Модель мультипликатора. Виды мультипликаторов. Инфляционный и рецессионный разрыв. Государственные расходы и чистый экспорт в кейнсианской модели. Модель равновесия товарного и денежного рынков IS-LM. Рынок труда и совокупное предложение. Спрос, предложение труда. Причины неравновесия на рынке труда. Кривая Филлипса.

Институциональная экономика

Методологические принципы институционализма: приоритет социального над узко экономическим; социальная психология; опора теоретических выводов на эмпирически наблюдаемые факты; эволюционный подход к изучению экономики и развития экономики; роль государства в структурных преобразованиях; критика ортодоксальных экономических доктрин.

Четыре компонента анализа общего равновесия: первичное изменение, рынки взаимозаменяющих и взаимодополняющих товаров. Эффект обратной связи.

Условия существования Модели общего равновесия Л.Вальраса. Общее правило обмена и исключения из него. Ящик Эджурта. Обменная сделка. Распределения, эффективные по Парето. Равновесие и эффективность. Первая и вторая теоремы экономики благосостояния.

Предпосылки модели общего равновесия. Поведенческие предпосылки модели, их неполнота. Критика предпосылок модели равновесия. Институт - как правило игры в обществе. Основные черты институтов. Жесткие и мягкие институты. Соотношение институтов и организаций. Инерционный характер институциональной динамики. Причины институциональных сдвигов.

Институт. Проблема определения понятия: неоклассический и институциональный подход. Институт в определениях экономистов и социологов. Институт как: а) поступки и стереотипы поведения людей; б) правила; в) взгляды (предрассудки). Формальные и неформальные правила. Институт и организация: отличительные признаки. Право и трансакция.

Методологические основы институционального проектирования (ИП). Понятие ИП. Естественные и искусственные социально- экономические институты.

Типология трансакционных издержек. Природа трансакционных издержек. Трансформационные и трансакционные издержки. Классификация издержек: координационные, мотивационные. Четыре уровня трансакций по О.Уильямсону. Классификация трансакций по Д.Норту и Т. Эггертсону:

Теория трансакционных издержек: роль информационных издержек. Теория общественного выбора: роль издержек согласования. Теория соглашений: роль неоднородности институциональной среды.

Свобода и собственный интерес как основные предпосылки в процессе взаимодействия участников экономической жизни. Понятие контракта, виды контрактов.

Основные составляющие контракта, структура контракта. Основные понятия контрактного права. Природа контрактов в “свободной теории” и “законной теории”. Совершенный и несовершенный (точковый и отношенческий) контракты . Типы проблем, предшествующих контракту: “ до и в” процессе заключения сделки.

Варианты воздействия внешней среды на результаты взаимодействия между индивидами: определенность, неопределенность и риск. Контракт о прождаже и контракт о найме. Типы контрактов: классический, неоклассический, имплицитный.

Предмет теории прав собственности. Правовые предпосылки экономической теории прав собственности. Механизм возникновения прав собственности. Проблема спецификации прав собственности. Обмен как обмен пучками прав собственности. Степень исключительности права частной собственности: исключительность права *usus fructus*, исключительность права отчуждения. Понятие “размывания” прав собственности.

Три системы собственности: частная, государственная, общая. Сравнительные характеристики систем собственности. Поведенческие последствия каждой из систем собственности. Типы регулирования прав собственности. Концепция остаточных прав и остаточных эффектов.

Проблема “внешних эффектов”. Частные и социальные издержки, случаи их расхождения .Логика теоремы Коуза. Выводы из теоремы Коуза: двусторонний характер внешних эффектов, экономический смысл прав собственности., роль государства в “провалах” рынка. Критика и опровержения теоремы Коуза : эффект дохода, теория игр, нереалистичность.

Свойства эффективных прав собственности: Четкость, однозначность, реализуемость, обмениваемость. Проблема ограничения прав собственности. Проблема разделения прав собственности. Проблема формирования набора прав собственности. Проблема сложных результатов собственности. Проблема определения права собственности.

Понятие организации. Соотношение институтов и организаций. Формы организации. Специфика организации общины, идеология, цели и задачи. Признаки организации: цель, обособленность, наличие связей между отдельными элементами, саморегулирование, организационная культура. Социальная структура организации Пять основных фаз цикла жизни организации. Законы организации: 1-синергии, 2-дополнения, 3-сохранения пропорциональности, 4-композиции, 5-самосохранения, 6-информированности, 7-необходимого разнообразия. Виды организаций: искусственная, естественная.

Семья как общинная организация, специфика целей семьи. Современные формы общинных организаций.

Корпорация и община: сравнительная характеристика. Эффективность корпораций. Миссия корпорации. Корпоративная культура.

Ассоциация: понятие, специфика создания.

Права собственности на сложные объекты. Классическая форма фирмы. Критерии эффективности фирмы. Закрытые и открытые фирмы.

Индивидуальное частное предприятие: ограничения, проблема горизонта, проблема диверсификации.

Товарищество: преимущества и недостатки, проблемы функционирования.

Корпорация: закрытая корпорация, применимость. Открытая корпорация, основные черты: права собственности и менеджмент. Группы внешних факторов, ограничивающие оппортунистическое поведение менеджеров. Формы оппортунистического поведения высших менеджеров. Корпорации типа “mutual” -общества на взаимности и “non-profit”.

Феномен возникновения государства. Функции государства. Спецификация и защита прав собственности. Обмен информацией: издержки и искажения. Издержки измерения качества обмениваемых товаров и услуг. Оппортунистическое поведение и роль “третьей стороны” государства в конфликтах. Чистые общественные блага и проблема безбилетника. “Провалы” государства: несоответствие доходов и расходов; отсутствие четких критериев эффективности деятельности; неравномерное распределение ресурсов. Границы “вмешательства” государства в сделки.

Теория государства Д Норта. Типология государств. Государство и проблема “принципала - агента” . Государство - гарант сделок: контрактное государство. Предпосылки существования контрактного государства.

Эксплуататорское государство - как модель “стационарного бандита”. Ограничения монопольной власти правителя, монополия на насилие и роль распределения потенциала на насилие в функционировании государства.

Эмпирические методы оценки характера государства: анализ государственного бюджета; структура государственных расходов; способы финансирования бюджетного дефицита. Сравнительный анализ контрактного и эксплуататорского государства.

Специфика отношений принципал-агент, применительно к государству. Рынки власти: административный рынок, монетаристская революция и политическая реакция на нее. Функциональная структура административного рынка. Институты экономики советского государства. Природа организационной культуры.

Причины внезаконного осуществления экономической деятельности - цена подчинения закону. Издержки доступа к закону. Издержки продолжения деятельности в рамках закона. Понятие внезаконной экономики. Структура внезаконной экономики: неофициальная экономика, фиктивная экономика, криминальная экономика. подходы к измерению размеров внезаконной экономики: монетарный метод, метод баланса расходов и доходов, анализ занятости, метод технологических коэффициентов, опросы домашних хозяйств, социологический метод. Цена внезаконности и ее составляющие. Внезаконная экономика, характеристика трансакций : характер доверия, вероятность оппортунизма, санкции за оппортунизм, процедура разрешения конфликта, форма расчетов, период заключения сделок. Макроэкономические последствия внезаконности: позитивные и негативные. “Нормы” мафии : норма чести, норма доверия, норма секретности. Отличия правил внезаконной и легальной рыночной сделки.

Нормообразующие факторы. Эффективность норм и институциональные ловушки: бартер, неплатежи, уклонение от налогов, коррупция, стагнация производства. Культурная инерция и институциональный конфликт. Переходная рента. Выход из институциональной ловушки.

Экономика предприятия

Предприятие (организация) как основной субъект предпринимательской деятельности: Понятие и классификация предприятий (организаций), цели и задачи их функционирования. Теории предприятия и их прикладные аспекты. Роль и значение системного подхода при изучении предприятия. Жизненный цикл предприятия (организации).

Внешняя среда предприятия: Основные характеристики внешней среды предприятия. Влияние изменений факторов внешней среды на экономическое поведение предприятия, эффективность ее функционирования. Экономическая устойчивость предприятия и критерии ее оценки. Факторы прямого и косвенного воздействия на деятельность предприятия. Государственное регулирование и механизм рыночной саморегуляции.

Организационная структура предприятия: Определение и факторы организационной структуры предприятия, этапы ее построения. Критерии формирования рациональной организационной структуры: адекватность взаимодействия с внешней средой, взаимосвязь с выбором стратегии предприятия. Горизонтальное и вертикальное деление организации на функциональные сферы деятельности, формирование подразделений. Классификация организационных структур. Дивизиональные и программно-целевые структуры. Методы управления персоналом предприятия.

Ресурсы предприятия: состав и классификация: Ресурсы предприятия, состав и классификация. Ресурсный потенциал и ресурсная концепция предприятия. Производственные, технологические ресурсы и их роль в функционировании предприятия. Трудовые ресурсы. Роль персонала в эффективном использовании всех видов ресурсов предприятия. Информационные ресурсы, информационная система предприятия. Роль информационных ресурсов в управлении предприятием. Имущество предприятия как совокупность ее ресурсов. Имущественный комплекс предприятия: активы и пассивы. Структура баланса предприятия. Финансовые ресурсы предприятия. Источники формирования и направления использования финансов предприятия. Показатели финансового состояния предприятия.

Основной капитал и нематериальные активы предприятия: Основные средства предприятия, сущность и классификация. Особенности участия основных средств в экономическом кругообороте: активная и пассивная части. Оценка основных средств.

Износ основных средств. Методы расчета амортизационных отчислений. Амортизационный фонд и амортизационная политика предприятия. Воспроизводство основных средств и источники его финансирования.

Эффективность использования основных средств. Показатели и методика их расчета.

Производственная мощность и ее виды. Показатели использования производственной мощности предприятия.

Нематериальные активы предприятия. Оценка нематериальных активов и особенности их амортизации.

Оборотный капитал предприятия: Оборотные фонды и средства обращения: составные части, роль и место в обслуживании производства и реализации продукции. Многокритериальная классификация оборотных средств. Факторы, определяющие потребность предприятия в оборотных средствах. Нормирование оборотных средств.

Производственно-коммерческий цикл его характеристика. Показатели оборачиваемости оборотных средств как оценка эффективности их использования. Собственные и заемные оборотные средства.

Управление запасами и движением товаров. Логистика.

Персонал и оплата труда на предприятии: Персонал предприятия: понятие, структура, количественная и качественная характеристики. Показатели наличия персонала и его движения. Производительность труда и основные направления ее повышения.

Мотивация и оплата труда на предприятии. Современные формы и системы оплаты труда, его стимулирования.

Нормирование труда на предприятии. Планирование численности персонала предприятия. Управление персоналом на предприятии.

Разработка и реализация программы маркетинговой деятельности предприятия: Функциональные обязанности маркетинга предприятия. Формирование стратегии и тактики маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка. Маркетинговая среда и параметры рынка. Разработка программы маркетинговой деятельности.

Политика продукта, ценообразование. Политика распределения, основные методы сбыта. Политика коммуникаций, виды маркетинговых коммуникаций.

Система планов предприятия: Внутрифирменное планирование. Принципы, виды и методы планирования. Перспективное и текущее планирование. Оперативно-производственное планирование.

Бизнес-планирование как основа хозяйственной деятельности предприятия. Структура и содержание бизнес-плана. Показатели бизнес-плана. Функциональные возможности программных продуктов.

Стратегическое планирование. Задачи, роль стратегического планирования, его информационная база. Разработка стратегии развития предприятия.

Издержки производства и себестоимость: Издержки производства и их факторы. Текущие и капитальные затраты предприятия. Состав и классификация затрат по экономическим элементам, статьям калькуляции. Основные расчетные показатели себестоимости. Методы калькулирования себестоимости продукции.

Стратегия снижения производственных издержек. Соотношение прибыли, затрат и объема продаж. Точка безубыточности.

Цена, ее функции и виды. Ценовая политика предприятия.

Прибыль предприятия и рентабельность: Прибыль предприятия как финансовый результат ее деятельности. Факторы прибыли. Структура и порядок формирования финансового результата. Распределение и использование прибыли предприятия.

Рентабельность и методы ее определения. Показатели финансовой устойчивости предприятия. Производственный и финансовый рычаги.

Налогообложение предприятия. Разработка экономической стратегии предприятия и принятие решений с учетом минимизации налогообложения.

Инновационная деятельность предприятия: Роль нововведений в развитии предприятия, в борьбе за рынки. Организационные формы поддержки нововведений. Дифференциация уровня наукоемкости различных отраслей экономики как база для оценки стратегии развития предприятия. Формирование, оценка и выбор инновационных проектов. Освоение новых технологий.

Инвестиционная деятельность предприятия: Инвестиции и их роль в становлении и развитии предприятия. Источники инвестиций, их классификация и условия вовлечения в производственную деятельность.

Порядок разработки и ТЭО инвестиционных проектов. Анализ эффективности инвестиций: основные методы.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Основные направления внешнеэкономической деятельности предприятия. Оценка готовности предприятия к внешнеэкономической деятельности. Исследование рынка и разработка внешнеторговой стратегии предприятия. Подготовка, составление и заключение внешнеторгового контракта. Виды внешнеторговых контрактов. Пакет внешнеторговых документов. Договорные условия расчетов и платежей. Базисные условия поставки. Оценка эффективности внешнеэкономических операций.

Санация (финансовое оздоровление) и банкротство предприятия: Экономический механизм возникновения кризисного состояния предприятия. Стратегия и тактика

антикризисного управления. Реструктуризация и санация предприятия. Понятие банкротства. Процедуры банкротства и ликвидации предприятия.

Мировая экономика

Мировая экономика и характеристика современного мирового хозяйства. Сущность всемирного хозяйства, факторы, влияющие на взаимосвязи в мировой экономике. Анализ этапов развития мировой экономики, их сущность. Структура мирового хозяйства, место стран в мировой экономике.

Основные направления в теории мировой экономики. Теоретические и концептуальные основы мировой экономики. Современные теории мировой экономики и международных отношений.

Международная торговля. Основные составляющие международного разделения труда, принцип сравнительных преимуществ. Международная специализация и кооперирование в мировой экономике. Виды торговой политики, государственное регулирование международных связей, методы торговой политики. Основные классические теории международной торговли: меркантилистская теория, теория абсолютных преимуществ, теория сравнительных преимуществ. Международная торговля товарами, мировой рынок услуг, международные транспортные и международные таможенные отношения.

Валютно-финансовые и кредитно-денежные отношения между государствами. Содержание и структура валютных отношений, валютная система. Понятие курса валют, конвертируемости валют. Классификация валютных систем. Классический пример валютного союза – Европейская валютная система. Теории валютного курса. Кризис мировой задолженности: причины валютно-финансовых кризисов в мировой экономике, пути их решения.

Основы формирования мирового рынка капитала, рабочей силы: международное движение капиталов и зарубежных инвестиций (разные формы привлечения зарубежных инвестиций), международный обмен технологиями, мировой рынок рабочей силы и регулирование международной трудовой миграции.

Международная экономическая интеграция: формирование и регулирование интеграционных процессов в мировой экономике

Глобальные проблемы экономического развития. Основные особенности современной мировой экономики, ее основные недостатки. Глобализация, ее преимущества и отрицательное влияние. Основные проблемы современности: демографическая и экологическая проблемы.

Экономическая характеристика отдельных стран мира. Основные показатели стран в системе национальных счетов различных стран мира (развитые, развивающиеся, страны с переходной экономикой).

Международный бизнес

Сущность, этапы, цели, виды, внешняя и внутренняя среды международного бизнеса.

Понятие и современные особенности международной конкуренции. Отрасль как группа конкурентов. Ромб М.Портера пяти конкурентных сил. Типовые конкурентные стратегии фирмы как способы её позиционирования в отрасли. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества фирмы.

Цепочка создания ценности фирмы как источник ее конкурентоспособности. Виды инноваций, обеспечивающие долгосрочное конкурентное преимущество. Основные факторы удержания долгосрочного конкурентного преимущества и факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества самого высокого порядка. Детерминанты конкурентного преимущества различных стран и регионов. Детерминанты

«национального ромба» М. Портера. Параметры факторов спроса, стратегии фирм, их соперничество, родственные и поддерживающие отрасли. Факторы региональных преимуществ: специализация производства; присутствие местных потребителей, конкурентоспособных поставщиков, родственные отрасли; среда, поощряющая инвестиции, конкуренция фирм и отраслей на уровне региона. Кластеры и конкурентные преимущества региона.

Цели, сущность, факторы и причины становления и развития международного бизнеса. Уровни интернационализации бизнеса. Стимулы, мотивы и модели международного бизнеса. Новые рынки сбыта; доступ к дешевым и уникальным ресурсам; получение конкурентных преимуществ; высокие технологии и другие особенности международного предпринимательства. Факторы, воздействующие на развитие современной среды бизнеса на международных сегментах.

Выбор стран и рынков для ведения бизнеса: анализ шансов и рисков, связанных с выходом на внешние рынки; оценка собственных возможностей ведения международного бизнеса; анализ, оценка и выбор принимающих стран и партнеров; обоснование способа ведения бизнеса в принимающей стране.

Маркетинг

Стратегические подходы к управлению маркетингом: 1) цели маркетинговой деятельности компаний, виды и классификация маркетинговых стратегий, процесс стратегического маркетингового планирования; 2) стратегии достижения целевых рынков: недифференцированный (массовый маркетинг), дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, индивидуальный маркетинг; 3) целевой маркетинг: сегментирование рынка, выбор целевых рынков и позиционирование. Переменные и критерии сегментирования рынка; 4) стратегия позиционирования, виды позиционирования, особенности сегментирования и позиционирования на потребительском и промышленном рынках.

Поведение потребителей, модель потребительского поведения, стимулы и факторы, влияющие на поведение потребителя, процесс принятия решения о покупке.

Основные маркетинговые инструменты, используемых в управлении компанией:

1) управление продуктом - продукт и его виды, уровни продукта, маркетинговая классификация продуктов. Ассортиментная политика компании. Параметры ассортимента: глубина, ширина, устойчивость. Марочная политика: брэнд и марка, виды марок, марочные стратегии, процесс разработки и управления брэндом. Особенности брендинга на промышленном и потребительском рынках. Концепция жизненного цикла продукта. Маркетинговые аспекты процесса разработки нового продукта. Упаковка и маркировка, гарантии и сервис.

2) маркетинговые каналы распределения продукции - Типы маркетинговых каналов для промышленного и потребительского рынков. Функции посредников. Выбор типа маркетингового канала. Управление каналами распределения. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные и гибридные маркетинговые системы. Розничные и оптовые посредники: их роль, функции в маркетинговом канале, их маркетинговые стратегии. Прямой маркетинг.

3) интегрированные маркетинговые коммуникации - Коммуникации и маркетинг. Модель коммуникации. Цели маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций: реклама, личные продажи, публик рилейшнз, стимулирование сбыта, их сильные и слабые стороны. Критерии выбора и сочетание средств маркетинговых коммуникаций. Процесс разработки маркетинговой коммуникации.

4) цены и ценообразование в маркетинге - Цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Цели ценовой политики компании. Стратегии ценообразования. Тактические решения в области ценообразования: установление исходной цены и корректировка цен.

Методы установления исходной цены. Факторы, влияющие на установление и изменение цен.

Организационные вопросы управления маркетингом в организации.

Рекомендуемая литература

1. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика. Учебник. 6-е изд. / Под общ. ред. А.В.Сидоровича. - М.: МГУ - Дело и сервис, 2007.
2. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2008.
3. Вукович Г.Г., Трунин С.Н. Макроэкономика. - М., 2008.
4. Гальперин В.М. и др. Макроэкономика. - СПб., 2008.
5. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика, в 3-х томах. – М.: Издательство Омега-Л, Экономика, 2010.
6. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика. Теория и российская практика. Учебник. –9-е изд. – М.: Издательство КноРУС, 2011.
7. Государственные и муниципальные финансы. Учебник. Под общ. ред. И.Д.Мацкуляка. - М.: Изд-во РАГС, 2007.
8. Иващенко Н.П. Экономика фирмы. - М.: ТЕИС, 2006.
9. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория. Учебник. М.: Инфра-М, 2005.
10. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория. Учебник. Под общ. ред. А.А. Аузана. – М.: Инфра-М, 2007.
11. История экономических учений. Под ред. В.Автономова, О.Ананьина, Н.Макашевой. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2008.
12. История экономических учений. Современный этап / Под ред. А.Г. Худокормова. - М., 2005.
13. Коул Ф. Микроэкономика. Принципы и анализ. – М.: изд-во «Дело». 2011.
14. Куликов Л.М. Основы экономической теории. - М.: Финансы и статистика, 2006.
15. Курс экономической теории. Учебное пособие. 3-е изд. / Рук. авт. колл. А.В. Сидорович. – М.: МГУ – Дело и Сервис, 2005.
16. Ломакин В.К. Мировая экономика: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
17. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. 16-ое издание. Пер. с англ. - М.: Инфра-М, 2007.
18. Международные экономические отношения. Учебник. /Н.Н. Ливенцев и др.; под ред. Н.Н. Ливенцева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.
19. Микроэкономика: практический подход./под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. М.: Кнорус, 2005.
20. Мировая экономика и международный бизнес. Учебник для вузов. (Государственный университет управления). /Под ред. д.э.н., проф. В.В. Полякова и д.э.н. Р.К. Щенина. – М.: КНОРУС, 2005.
21. Мировая экономика. Учебник. /Под ред. д.э.н., проф. А.С. Булатова. – М.: Экономистъ, 2005.
22. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. Пер. с англ. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2005.
23. Носова С.С., Новичкова В.И. Экономическая теория для бакалавров: учебное пособие. – М., КНОРУС, 2009.
24. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. – 2-е изд., изм. – М.: Издательство НОРМА, 2008.
25. Покидченко М.Г., Чаплыгина И.Г. История экономических учений. - М., 2005.

26. Пономаренко Е.В., Исаев В.А. Экономика и финансы общественного сектора. Учебник. – М.: Инфра-М, 2007.
27. Ростовский Ю.М., Гречков В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность. - М.: Экономистъ, 2006.
28. Станковская И.К. Экономическая теория: Полный курс МВА. - М.: Эксмо, 2005.
29. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: Учебник. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2011.
30. Финансы, налоги и кредит. Учебник. Общ. ред. Мацкуляк И.Д. – М.: РАГС, 2007.
31. Экономика предприятия (фирмы): Учебник. Под ред. Волкова О.И. – М.: ИНФРА-М, 2006.
32. Экономика фирмы: Учебник для вузов. Под ред. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
33. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учебник для студентов, обучающихся по экон. и управлен. спец. / Рос. экон. акад. им. Г.В.Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2005.

Вопросы

для вступительного экзамена в магистратуру по направлению «Экономика»

1. Валовой национальный продукт и методы его исчисления.
2. Занятость и безработица: понятия, основные формы.
3. Финансово-кредитная система, сущность и функции.
4. Инфляция: ее сущность, формы, последствия. Антиинфляционная политика.
5. Бюджетный процесс в РФ.
6. Процессы глобализации в мировом хозяйстве: особенности движения товаров, капиталов, технологии, информации, рабочей силы.
7. Экономические системы. Критерии классификации экономических систем.
8. Типы рыночных структур, модели рынка. Общее рыночное равновесие. Эффективность рынка.
9. Кейнсианская модель совокупного спроса, ее особенности.
10. Классическая теория формирования уровня национального производства.
11. Потребление, сбережения и инвестиции в экономической теории.
12. Государственные расходы, чистые налоги и равновесный ВВП. Мультипликаторы. Условия макроэкономического равновесия с учётом государственного сектора.
13. Основные направления, инструменты, проблемы бюджетно-финансовой политики государства.
14. Теория спроса на деньги. Основные направления, инструменты, проблемы денежно-кредитной политики государства.
15. Экономический рост: сущность, факторы, типы экономического роста.
16. Экономические циклы: виды, динамика. Теории экономических циклов.
17. Правила, нормы и институты. Формальные и неформальные институты.
18. Трансакционные издержки: классификация, методы количественной оценки
19. Теория государства в институциональной экономической теории.
20. Провалы рынка, их причины, экономическая роль государства.
21. Общественные блага и их свойства. Причины сбоев рынка в случае общественных благ. Производство общественных благ.
22. Государственные расходы, их основные направления на разных уровнях бюджетной системы.
23. Современные направления бюджетно-налоговых реформ в России.
24. Экономическая теория марксизма. Теория стоимости, теория общественного воспроизводства.
25. Неоклассическая экономическая теория: представители, характеристика, предмет исследования.

26. Кейнсианство, некейнсианство, посткейнсианство: характеристика этих направлений, основные представители.
27. Монетаризм: основные положения экономической теории, представители.
28. Теории предприятия и их прикладные аспекты. Роль и значение системного подхода при изучении предприятия. Жизненный цикл предприятия.
29. Критерии формирования рациональной организационной структуры. Классификация организационных структур.
30. Источники формирования и направления использования финансов предприятия. Показатели финансового состояния предприятия.
31. Основные средства предприятия, сущность и классификация. Эффективность использования основных средств. Показатели и методика их расчета.
32. Оборотные фонды и средства обращения: составные части, роль и место в обслуживании производства и реализации продукции.
33. Состав и классификация затрат по экономическим элементам, статьям калькуляции.
34. Рентабельность и методы ее определения. Показатели финансовой устойчивости предприятия.
35. Инвестиции и их роль в становлении и развитии предприятия. Источники инвестиций, их классификация и условия вовлечения в производственную деятельность.
36. Классификация стран-участниц мирового хозяйства. Положение групп и отдельных стран в мировом хозяйстве по основным показателям.
37. Механизм взаимодействия национальных экономик в системе мирового хозяйства. Формы международного обмена, сотрудничества и взаимопомощи.
38. Транснациональные корпорации в мировой экономике.
39. Международные организации и их роль в формировании мирового экономического порядка.
40. Состав природных ресурсов, их роль в мировой экономике, распределение между странами.
41. Количественные и качественные характеристики мировых трудовых ресурсов и их использование. Проблема занятости.
42. Прямые иностранные инвестиции: мировые потоки, их распределение по отраслям и по странам.
43. Основные сдвиги в отраслевой структуре мирового хозяйства. Изменения в отраслевой структуре развивающихся и переходных стран.
44. Факторы внутренней и внешней среды организации.
45. Модель конкурентных сил в отрасли
46. Конкуренция: понятие, виды.
47. Проблема выбора конкурентных стратегий и определения конкурентных преимуществ.
48. Основные рыночные структуры: совершенная и монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, монополия.
49. Сущность, принципы и функции маркетинга.
50. Эволюция концепции управления маркетингом.
51. Маркетинговая среда организации.
52. Модель покупательского поведения.
53. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
54. Значение и классификация маркетинговой информации.
55. Процесс маркетингового исследования. Методы маркетинговых исследований.
56. Сегментирование рынка. Критерии сегментации.
57. Этапы разработки нового товара. Концепция жизненного цикла товаров.
58. Разработка марочной политики предприятия. Планирование товарной политики.
59. Инструменты маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Экзамен проводится в письменной форме. На выполнение экзаменационной работы отводится 180 минут.

Экзаменационный билет содержит 3 вопроса, имеющие, как правило, комплексный междисциплинарный характер, на которые необходимо дать развернутый и подробный письменный ответ. При оценке ответа учитывается полнота знаний теорий, концепций, законов и кодексов, осмысление теоретических и научно-практических аспектов проблемы, способность формулировать и обосновывать собственное видение социально-экономических процессов в жизни общества.

Первые два вопроса оцениваются максимально в 33 балла, а третий – в 34 балла. Максимальная итоговая оценка за экзамен – 100 баллов.