

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Приложение № 6
к Правилам приема на обучение по образовательным программам высшего образования — программам подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре в 2026 году

**ПРОГРАММА
вступительного экзамена в аспирантуру
по научной специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика**

Иваново

1. Введение

Данная программа предназначена для сдачи вступительного экзамена в рамках научной специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика. Она состоит из описания процедуры экзамена, указания тем и краткого описания их содержания, списка вопросов и литературы для подготовки к сдаче вступительного экзамена в аспирантуру, критериев оценивания ответа.

2. Процедура экзамена

Экзамен проводится в устной форме по экзаменационному билету, включающему два вопроса.

Продолжительность подготовки ответа — 30 мин. Использование дополнительных материалов при подготовке ответа запрещено.

Продолжительность ответа поступающего не более 60 минут. Экзаменационная комиссия имеет право задавать уточняющие вопросы после выступления поступающего. В круг вопросов могут входить уточнения, связанные с предметом будущего исследования поступающего.

Результаты проведения вступительного экзамена оформляются ведомостью приемной комиссии по 100-балльной шкале. Каждый вопрос оценивается максимально 50 баллами.

Решение экзаменационной комиссии размещается на официальном сайте и на информационном стенде приемной комиссии не позднее трех дней с момента проведения вступительного экзамена в аспирантуру.

3. Содержание программы вступительного экзамена в аспирантуру

Краткое описание разделов (по темам)

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Экономика народного хозяйства как система

1. Национальная экономика – многоуровневая хозяйственная система страны.

Типы национальных хозяйственных систем. Особенности современной национальной экономики. Российская модель экономической организации. Экономика как сфера жизнедеятельности общества. Элементы и взаимосвязи в экономической системе. Производство (воспроизводство), распределение, обмен и потребление. Субъекты экономической системы. Роль фирм, домашних хозяйств и государства. Роль государства как субъекта экономики.

2. Рыночная система и экономическое равновесие.

Механизмы рыночной сбалансированности национального хозяйства. Национальная экономика рыночного типа. Совокупный спрос и совокупное предложение. Понятие и факторы экономического равновесия. Сегменты национального рынка. Роль денежного рынка. Рыночные модели равновесия: классическая, кейсианская, монетаристская, современные теории спроса и предложения. Инфраструктура рыночного хозяйства, роль банковской системы, товарных и фондовых бирж, инвестиционных и страховых фондов.

3. Эффективность хозяйствования.

Эффективность как экономическая категория. Развитие теории эффективности. Система оценок и показателей эффективности хозяйствования. Фактор времени и фактор неопределенности: сущность и методы учета. Методы оценки общественной, бюджетной и коммерческой эффективности развития производства, инновационных и инвестиционных проектов. Особенности оценки социально-экологической эффективности мероприятий.

4. Макроэкономическая динамика.

Понятие экономического роста и развития. Телеологическая и генетическая концепции развития. Факторы и типы экономического роста. Экстенсивный и интенсивный типы развития. Роль научно-технического прогресса. Макромодели экономического роста и развития национального хозяйства. Экономические циклы и факторы их определяющие. Показатели экономического развития. Понятие национального богатства и валового внутреннего продукта. Конкурентоспособность страны и факторы её определяющие. Современная стратегия социально-экономического развития России.

5. Экономический потенциал.

Понятие и структура экономического потенциала. Роль потенциала в развитии экономики. Показатели экономического потенциала. Содержание и значение производственно-инвестиционного потенциала. Показатели инвестиционной привлекательности страны. Понятие инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. Экологический (природно-ресурсный) потенциал. Трудовые ресурсы, их структура. Содержание и уровень образовательного потенциала. Роль и содержание инновационного потенциала, методы его оценки. Развитие высокотехнологичного комплекса страны.

6. Теоретические предпосылки государственного регулирования национальной экономики.

Теоретические предпосылки государственного регулирования национальной экономики: классический, кейнсианский и неоконсервативный подходы; современные теории государственного регулирования экономики. Функции государства в смешанной экономике: правовое обеспечение экономического реформирования, регулирование социально-экономических процессов. Цели и направления макроэкономической политики государства.

7. Инструменты регулирования развития национальной экономики.

Государственный бюджет как инструмент регулирования развития национальной экономики. Бюджетная система России и особенности современной финансовой политики. Инструменты денежно-кредитного регулирования и монетарная политика. Проблемы современной денежно-кредитной политики в России. Фискальная политика и налоговая реформа в России.

8. Антимонопольное регулирование.

Методы поддержки конкурентной среды. Прямые и косвенные меры демонополизации рынка. Особенности регулирования естественных монополий. Зарубежная практика антимонопольного регулирования. Антимонопольная политика в России.

Стратегическое управление

1. Стратегическое управление.

Необходимость и сущность стратегического управления. Стратегическое управление и долгосрочное управление. Проблемы и трудности стратегического управления.

2.Процессы стратегического управления.

Анализ среды. Определение миссии и целей организации. Постановка стратегических задач. Определение стратегических альтернатив. Выбор стратегии фирмы. Разработка стратегического плана. Организация реализации стратегии. Оценка и контроль выполнения.

3. Типы стратегий.

Базисные (эталонные) стратегии. Конкуренчные стратегии по Портеру. Причины изменения стратегий. Учет факторов риска при выборе стратегии.

4. Стратегический анализ макросреды (общего внешнего окружения) организации.

Анализ экономических, политических, правовых международных, технологических, социально-культурных, природно-географических, экологических, факторов.

5. Стратегический анализ контактной среды организации.

Поэлементный анализ контактной среды. Анализ собственного конкурентного статуса. Модель Бостонской консалтинговой группы - «темперы роста/доля рынка». Характеристика модели. Достиоинства и недостатки. Сравнение привлекательности рынка и конкурентоспособности на основе модели GE/McKinsey. Характеристика модели. Порядок построения. Достиоинства и недостатки. Модели стратегического позиционирования бизнеса, учитывающие эволюцию рынка и жизненный цикл товара. Модели Hofer / Schendel и ADL. Характеристика моделей. Достиоинства и недостатки.

6. Стратегический анализ внутренней среды предприятия.

Анализ организации общего управления, кадрового потенциала, состояния системы производства, состояния финансовой системы, состояния системы маркетинга, исследований, разработок и инноваций организационной культуры.

7. Стратегический анализ среды предприятия на основе метода "SWOT".

Возможности и угрозы. Сильные и слабые стороны. Матрица возможностей. Матрица угроз. Матрица "SWOT". Поля "СИВ", "СИУ", "СЛВ", "СЛУ". Качественная и количественная версии SWOT-анализа. Использование метода "SWOT" при формировании стратегических альтернатив.

8. Стратегическое планирование.

Стратегическое планирование в системе процессов стратегического управления. Эпизодическое и систематическое стратегическое планирование. Состав и содержание стратегического плана. Процедуры стратегического планирования.

Менеджмент

1. Современная система взглядов на менеджмент.

Процессный, системный и ситуационный подходы. Сравнение парадигмы управления I и II половины XX века. Парадигма управления российской экономикой в переходный период. Современные принципы управления.

2. Структура организации.

Понятие структуры. Типы организационных структур по взаимодействию с внешней средой и их оценка. Типы организационных структур по взаимодействию подразделений. Линейные, линейно-штабные, функциональные, линейно-функциональные, дивизиональные, проектные, матричные структуры. Их достоинства и недостатки. Область применения.

3. Новое в типах организаций.

Командно-бригадные ОСУ. Многомерные организации. Организации, ориентированные на рынок. Партиципативные организации. Сетевые организации. Организации, построенные по принципу внутреннего предпринимательства.

4. Мотивация как функция управления.

Ее значение и эволюция. Основные понятия (потребности, мотивы, мотивирование). Два основных типа мотивирования. Связь и разрыв между мотивацией и результатами труда.

5. Теории содержания мотивации.

Теория иерархии потребностей А.Маслоу, теория К. Альдерфера, теория приобретенных потребностей Мак Келланда, теория двух факторов Ф. Герцберга. Использование их выводов в управлении.

6. Процессуальные теории мотивации.

Теория ожидания В. Врума, теория справедливости. Модель Л. Портера - Э. Лоулера. Возможности использования их выводов в практике управления.

7. Решение - продукт управленческого труда.

Виды решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Процесс принятия решений: признание необходимости решения, выработка решения, выполнение решения. Методы, используемые при принятии решений. Экономическое обоснование

решений. Оценка соответствия варианта решения проблемной ситуации. Оценка последствий принимаемых решений и их реализуемости.

8. Стили руководства.

Классические стили руководства и их характерные черты. Современная трактовка стилей руководства. Авторитарный и демократический (кооперативный) стили руководства. Достоинства и недостатки. Область применения.

Маркетинг

1. Концепции и процесс управления маркетингом.

Сущность маркетинга. Концепции управления маркетингом. Основные этапы процесса управления маркетингом. Системы организации службы маркетинга. Маркетинговый контроль.

2. Маркетинговые исследования.

Организация маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы. Процесс исследования. Методы маркетинговых исследований (поисковое, описательное, экспериментальное исследование). Методы и формы сбора информации.

3. Маркетинговая среда функционирования предприятия.

Понятие о маркетинговой среде. Компоненты и наиболее существенные факторы макро- и микросреды предприятия. Анализ конкуренции. Анализ покупателей.

4. Сегментация рынка.

Сущность, значение и методы сегментации рынка. Отбор целевых сегментов. Критерии успешной сегментации рынка.

5. Продуктовая политика компании.

Понятие о товаре. Классификации товаров. Основные составляющие продуктовой политики фирмы. Принятие решений, связанных с качеством, маркой, упаковкой продукта и сервисным обслуживанием. Подходы к формированию ассортимента товаров. Принятие решений о ликвидации продукта. Разработка новых товарных предложений.

6. Ценовая стратегия компании.

Роль цены в системе маркетинга. Процесс разработки ценовой стратегии: определение целей, оценка спроса и ценовой эластичности спроса, определение затрат и их зависимости от объема продаж, изучение цен и затрат конкурентов, выбор метода для расчета цены, установление уровня цены, адаптация цены к различным условиям рынка.

7. Стратегия распределения товаров.

Понятие о канале распределения. Функции каналов распределения. Формулирование целей стратегии распределения товаров. Выбор метода распределения. Принятие решений о структуре каналов распределения. Отбор посредников. Выбор методов управления каналом.

8. Коммуникационная политика.

Понятие о продвижении товаров и коммуникационной политике. Основные элементы комплекса коммуникации. Формирование структуры комплекса коммуникаций. Процесс принятия решений о стратегии продвижения товаров. Персональная продажа. Процесс формирования эффективного торгового аппарата. Основные этапы продажи товара.

Экономика и управление фирмой

1. Предприятие (фирма) в системе рыночных отношений.

Цели и задачи предприятия. Производственные и рыночные связи предприятия. Принципы организации предприятия. Экономическое, организационное, производственно-техническое единство предприятия.

2. Планирование предпринимательской деятельности.

Цели планирования. Этапы планирования. Методы планирования. Значение норм и нормативов в планировании. Виды планирования. Бюджетное планирование. Оперативно-производственное планирование. Бизнес-план и его роль в управлении предприятием.

3. Производственный процесс - основа построения механизма управления.

Производственный процесс и его элементы. Виды и принципы организации производственного процесса. Производственный цикл. Тип производства. Методы организации производственного процесса. Показатели уровня производства. Гибкое автоматизированное производство. Организация обслуживания производственного процесса.

4. Производственная программа и производственные мощности.

Производственная программа предприятия, ее содержание, порядок разработки, связь с другими разделами планов предприятия. Формирование "портфеля заказов".

Производственная мощность, понятие, виды и взаимосвязь с производственной программой. Методы расчета ПМ. Показатели и пути улучшения использования производственных мощностей на предприятии.

5. Основные фонды предприятия (фирмы).

Состав и структура основных фондов. Формы воспроизведения основных фондов. Показатели использования основных производственных фондов и пути повышения его эффективности.

6. Оборотные средства предприятия. Экономическое содержание, состав и структура. Планирование потребности предприятия в оборотных средствах. Оборачиваемость и пути ее ускорения.

7. Затраты на производство и реализацию продукции.

Структура затрат и факторы на нее влияющие. Сумма затрат и калькуляция себестоимости продукции. Пути снижения себестоимости продукции.

8. Прибыль предприятия

Прибыль предприятия и факторы, оказывающие влияние на ее размер. Виды прибыли. Методы планирования и анализа прибыли. Рентабельность продукции и производства.

4. Список вопросов к экзамену

1. Экономика как система. Типы национальных хозяйственных систем. Особенности современной национальной экономики. Российская модель экономической организации. Элементы и взаимосвязи в экономической системе. Производство (воспроизводство), распределение, обмен и потребление. Субъекты экономической системы. Роль фирм, домашних хозяйств и государства.

2. Рыночная система и экономическое равновесие. Механизмы рыночной сбалансированности национального хозяйства. Совокупный спрос и совокупное предложение. Понятие и факторы экономического равновесия. Рыночные модели равновесия: классическая, кейсианская, монетаристская, современные теории спроса и предложения.

3. Эффективность хозяйствования. Развитие теории эффективности. Система оценок и показателей эффективности хозяйствования. Фактор времени и фактор неопределенности: сущность и методы учета. Методы оценки общественной, бюджетной и коммерческой эффективности развития производства, инновационных и инвестиционных проектов. Особенности оценки социально-экологической эффективности мероприятий.

4. Макроэкономическая динамика. Понятие экономического роста и развития. Телеологическая и генетическая концепции развития. Факторы и типы экономического роста. Роль научно-технического прогресса. Макромодели экономического роста и развития национального хозяйства. Экономические циклы и факторы их определяющие.

5. Понятие и структура экономического потенциала. Показатели экономического потенциала. Содержание и значение производственно-инвестиционного потенциала. Экологический (природно-ресурсный) потенциал. Содержание и уровень образовательного потенциала. Роль и содержание инновационного потенциала, методы его оценки.

6. Теоретические предпосылки государственного регулирования национальной экономики: классический, кейсианский и неоконсервативный подходы; современные теории государственного регулирования экономики. Функции государства в смешанной

экономике. Цели и направления макроэкономической политики государства.

7. Инструменты регулирования развития национальной экономики. Государственный бюджет как инструмент регулирования развития национальной экономики. Инструменты денежно-кредитного регулирования и монетарная политика.

8. Антимонопольное регулирование. Методы поддержки конкурентной среды. Прямые и косвенные меры демонополизации рынка. Особенности регулирования естественных монополий.

9. Стратегическое управление: необходимость и сущность, проблемы и трудности, Процессы стратегического управления.

10. Типы стратегий. Базисные (эталонные) стратегии. Конкурентные стратегии по Портеру. Причины изменения стратегий. Учет факторов риска при выборе стратегии.

11. Стратегический анализ макросреды организации. Анализ экономических, политических, правовых международных, технологических, социально-культурных, природно-географических, экологических, факторов.

12. Стратегический анализ контактной среды организации. Поэлементный анализ контактной среды. Анализ собственного конкурентного статуса. Модель Бостонской консалтинговой группы. Модели GE/McKinsey. Модели стратегического позиционирования бизнеса. Модели Hofer / Schendel и ADL.

13. Стратегический анализ внутренней среды предприятия. Анализ организации общего управления, кадрового потенциала, состояния системы производства, состояния финансовой системы, состояния системы маркетинга, исследований, разработок и инноваций организационной культуры.

14. Стратегический анализ среды предприятия на основе метода "SWOT". Матрица возможностей. Матрица угроз. Матрица "SWOT". Использование метода "SWOT" при формировании стратегических альтернатив.

15. Стратегическое планирование в системе процессов стратегического управления. Эпизодическое и систематическое стратегическое планирование. Состав и содержание стратегического плана. Процедуры стратегического планирования.

16. Современная система взглядов на менеджмент. Процессный, системный и ситуационный подходы. Сравнение парадигмы управления I и II половины XX века. Парадигма управления российской экономикой в переходный период. Современные принципы управления.

17. Структура организации. Типы организационных структур по взаимодействию с внешней средой и их оценка. Типы организационных структур по взаимодействию подразделений. Линейные, линейно-штабные, функциональные, линейно-функциональные, дивизиональные, проектные, матричные структуры.

18. Новое в типах организаций. Командно-бригадные ОСУ. Многомерные организации. Организации, ориентированные на рынок. Партиципативные организации. Сетевые организации. Организации, построенные по принципу внутреннего предпринимательства.

19. Мотивация как функция управления. Основные понятия (потребности, мотивы, мотивирование). Два основных типа мотивирования. Связь и разрыв между мотивацией и результатами труда.

20. Теории содержания мотивации. Теория иерархии потребностей А.Маслоу, теория К. Альдерфера, теория приобретенных потребностей Мак Келланда, теория двух факторов Ф. Герцберга. Использование их выводов в управлении.

21. Процессуальные теории мотивации. Теория ожидания В. Врума, теория справедливости. Модель Л. Портера - Э. Лоулера. Возможности использования их выводов в практике управления.

22. Решение - продукт управленческого труда. Виды решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Процесс принятия решений. Методы, используемые при принятии решений. Экономическое обоснование решений. Оценка последствий принимаемых решений и их реализуемости.

23. Стили руководства. Классические стили руководства и их характерные черты. Современная трактовка стилей руководства. Авторитарный и демократический (кооперативный) стили руководства. Достоинства и недостатки. Область применения.

24. Сущность маркетинга как концепции управления. Основные этапы процесса управления маркетингом. Системы организации службы маркетинга. Маркетинговый контроль.

25. Маркетинговые исследования. Маркетинговые информационные системы. Процесс исследования. Методы маркетинговых исследований (поисковое, описательное, экспериментальное исследование). Методы и формы сбора информации.

26. Маркетинговая среда функционирования предприятия: понятие, компоненты и наиболее существенные факторы. Анализ конкуренции. Анализ покупателей.

27. Сегментация рынка: сущность, значение и методы. Отбор целевых сегментов. Критерии успешной сегментации рынка.

28. Продуктовая политика компании. Понятие о товаре. Принятие решений, связанных с качеством, маркой, упаковкой продукта и сервисным обслуживанием. Подходы к формированию ассортимента товаров. Разработка новых товарных предложений.

29. Ценовая стратегия компании. Процесс разработки ценовой стратегии: определение целей, оценка спроса и ценовой эластичности спроса, определение затрат и их зависимости от объема продаж, изучение цен и затрат конкурентов, выбор метода для расчета цены, установление уровня цены, адаптация цены к различным условиям рынка.

30. Стратегия распределения товаров. Понятие о канале распределения. Функции каналов распределения. Формулирование целей стратегии распределения товаров. Выбор метода распределения. Принятие решений о структуре каналов распределения.

31. Коммуникационная политика. Понятие о продвижении товаров и коммуникационной политике. Основные элементы комплекса коммуникации. Формирование структуры комплекса коммуникаций. Процесс принятия решений о стратегии продвижения товаров.

32. Предприятие (фирма) в системе рыночных отношений. Цели и задачи предприятия. Производственные и рыночные связи предприятия. Принципы организации предприятия. Экономическое, организационное, производственно-техническое единство предприятия.

33. Планирование предпринимательской деятельности: цели, этапы, методы. Значение норм и нормативов в планировании. Виды планирования. Бюджетное и оперативно-производственное планирование. Бизнес-план и его роль в управлении предприятием.

34. Производственный процесс и его элементы. Виды и принципы организации производственного процесса. Производственный цикл. Тип производства. Методы организации производственного процесса. Показатели уровня производства. Гибкое автоматизированное производство. Организация обслуживания производственного процесса.

35. Производственная программа предприятия, ее содержание, порядок разработки, связь с другими разделами планов предприятия. Формирование "портфеля заказов".

36. Производственная мощность, понятие, виды и взаимосвязь с производственной программой. Методы расчета ПМ. Показатели и пути улучшения использования производственных мощностей на предприятии.

37. Основные фонды предприятия (фирмы). Состав и структура основных фондов. Формы воспроизведения основных фондов. Показатели использования основных производственных фондов и пути повышения его эффективности.

38. Оборотные средства предприятия. Экономическое содержание, состав и структура. Планирование потребности предприятия в оборотных средствах. Оборачиваемость и пути ее ускорения.

39. Затраты на производство и реализацию продукции. Структура затрат и факторы на нее влияющие. Сумма затрат и калькуляция себестоимости продукции. Пути снижения себестоимости продукции.

40. Прибыль предприятия и факторы, оказывающие влияние на ее размер. Виды прибыли. Методы планирования и анализа прибыли. Рентабельность продукции и производства.

5. Литература для подготовки

a) Основная литература

Под ред. А.С. Булатова Экономика Изд. 5-е, перераб. и доп. М.: Инфра-М, Магистр, 2012. - 896 с.

Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд. М.: Гардарика, 2009.

Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 2008.

Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2008.

Экономика предприятия: Учеб. / Под ред. О.И. Волкова. М.: ИНФРА-М, 2014.

б) Дополнительная литература

Щуков В.Н. Основы национальной экономики. Учеб. пособие. Иваново. ООО «Траст Сервис», 2014.

Куликов В.И. Регулирование производственной активности организации. М.: Наука, 2007.

Томпсон А.А., Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. Учеб. М.: ИНФРА-М, 2010.

Еремин В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: Учеб. М.: Кнорус, 2006.

Экономика предприятия: Учеб. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкель. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 3-е изд.

6. Критерии оценивания ответа

50—43 балла — дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос с использованием разных источников информации, доказательно раскрыты основные положения вопроса, в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений, наблюдается умение аргументировано обосновать свою точку зрения, используя терминологию науки, ответ изложен литературным языком в терминах науки. Абитуриент обнаруживает полное и прочное знание содержания программы, демонстрирует глубину понимания сущности раскрываемого вопроса. Речь логически обоснованная, правильная с точки зрения грамматики и стилистики.

42—35 баллов — дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, формулировать причинно-следственные связи. Абитуриент испытывает затруднения аргументировано обосновать свою точку зрения, используя терминологию науки. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные с помощью членов экзаменационной комиссии. Абитуриент демонстрирует прочное знание программного материала при малозначительных неточностях, пропусках, ошибках. Абитуриент уверенно и полно отвечает на дополнительные вопросы приемной комиссии.

34—18 баллов — дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют нарушения, допущены существенные ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, отсутствует аргументированность полученных выводов. Абитуриент может конкрет-

тизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью члена предметной комиссии. Речевое оформление требует поправок, серьезной коррекции. Обнаруживаются грубые ошибки в ответах на уточняющие и дополнительные вопросы предметной комиссии.

17 баллов и менее — дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Абитуриент демонстрирует разрозненные знания по теме вопроса, присутствуют фрагментарность, нелогичность. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы членов предметной комиссии не приводят к коррекции ответа абитуриента на поставленный вопрос.