

1. СОДЕРЖАНИЕ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлениям подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Программа включает основные разделы менеджмента и управления персоналом, соответствующие уровню компетенций бакалавриата, необходимые для последующего освоения дисциплин магистерской программы. В процессе испытания поступающие должны показать подготовленность к продолжению образования в магистратуре и продемонстрировать готовность к управленческой деятельности, аналитические способности и креативный потенциал. Вопросы для поступающих на образовательную программу магистратуры «Корпоративное управление» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» охватывают все темы, приведённые в программе.

2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ

Тема 1. Теория менеджмента

Сущность менеджмента. Принципы менеджмента, их сущность и систематизация. Принципы менеджмента, их сущность и систематизация. Объективность и универсальность принципов менеджмента.

Профиль менеджера, личностные характеристики и предпосылки для успешного освоения менеджерских функций. Основные задачи менеджера. Виды разделения труда менеджера. Законы и закономерности менеджмента.

Этапы развития менеджмента. Основные положения школ научного управления.

Методы управления и их разновидности: административные, экономические, социально-психологические.

Понятие функций менеджмента и их классификация. Основные функции менеджмента и их взаимосвязь. Функциональное разделение управленческого труда. Общие и специфические функции менеджмента. Планирование, организация, координация, мотивация и контроль: содержание и особенности.

Цель и целеполагание в управленческой организации. Понятие и сущность цели организации. Основные требования, предъявляемые к целям. Критерии целей организации (SMART-критерии): конкретность, измеримость, достижимость, значимость, определенность. Целеполагание. Уровни целеполагания.

Планирование и прогнозирование деятельности. Основные типы и виды планирования. Стратегическое и долгосрочное планирование. Тактическое и оперативное планирование. Методы оперативного планирования. Технология планирования и основные этапы планирования.

Мотивация и контроль деятельности. Мотивация и разделение труда. Типы мотивирования. Внешняя и внутренняя мотивация. Понятие и сущность контроля. Принципы контроля. Виды контроля. Эффективность контроля.

Управление коммуникациями в организации. Внутренняя и внешняя коммуникации в организации. Коммуникативное поведение в организации. Организационные коммуникации. Элементы, модели и типы коммуникации. Организационные факторы, влияющие на коммуникации.

Тема 2. Методы принятия управленческих решений

Принятие решений как предмет научного исследования и принятие решений в теории управления. Нормативная теория (теория рациональных решений). Дескриптивная

теория (поведенческая или психологическая). Представления о теории принятия решений в рамках различных школ управления (школа научного управления, административная школа управления, школа «человеческих отношений», поведенческо-бихевиористская школа, школа «социальных систем»).

Сущность и содержание управленческого решения и его роль в процессе управления. Специфические признаки решений. Элементы управленческого решения. Классификация управленческих решений и их виды.

Характеристика основных этапов разработки управленческих решений. Типовой алгоритм разработки управленческого решения. Выбор и ранжирование критериев принятия управленческого решения. Разработка альтернативных вариантов решения проблемы. Анализ и оценка альтернативных вариантов по каждому критерию. Формы разработки и реализации управленческих решений. Аппарат управления и процесс принятия решений.

Сущность, содержание и порядок применения экспертных оценок и методов прогнозирования при принятии управленческих решений. Метод Дельфи. Метод сценариев. Мозговая атака. Использование экспертных оценок в аналитической деятельности. Методы прогнозирования в процессе принятия управленческих решений. Виды прогнозов. Неформальные методы прогнозирования. Количественные и качественные методы прогнозирования.

Стадии организации исполнения управленческого решения. Процедуры организации исполнения управленческого решения. Методы организации исполнения управленческого решения. Виды контроля. Принципы контрольной деятельности. Управленческие решения и ответственность. Виды ответственности и механизмы контроля. Оценка эффективности управленческого решения.

Тема 3. Теория организации и организационное поведение

Понятие и сущность организации. Разновидности организаций. Стратегия организации. Открытые и закрытые системы. Жизненный цикл организации. Законы теории организации: синергии, информированности-упорядоченности, самосохранения, единства анализа и синтеза, развития организации, композиции и пропорциональности.

Понятие «среда организации». Внутренняя среда организации и роль руководителя в ее формировании и изменении. Организационные формы и структуры управления.

«Коллектив» и основные его признаки. Основные виды коллективов. Содержание понятия «организация». Правовые формы организации. Экономические, правовые и социальные аспекты управленческих отношений. Классификация управленческих отношений.

Миссия организации. Цели управления, их значимость. Долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные цели. Ключевые требования к правильно сформулированным целям. Дерево целей. Процесс выработки целей, его четыре фазы.

Понятие внешней и внутренней среды организации. Воздействие факторов внешней среды на принятие управленческих решений. Воздействие факторов внутренней среды на принятие управленческих решений. Предварительная диагностика организации. Сущность и содержание SWOT-анализа. Формирование команды для структуризации и оценки факторов, влияющих на процесс принятия управленческих решений. Информационное обеспечение управленческих решений в контексте анализа внутренней и внешней среды организации.

Внутренняя среда, ее основные срезы: кадровый, организационный, маркетинговый, финансовый. Слабые и сильные стороны отдельных составляющих организации и организации в целом.

Характеристика внешней среды: подвижность, сложность, разнообразие, неопределенность. Анализ внешней среды. Экономическая компонента. Анализ правового

регулирования. Политическая составляющая. Социальная компонента макроокружения. Анализ технологической компоненты. Факторы прямого и косвенного воздействия.

Понятия «организационная структура» и «организационное проектирование». Элементы организационной структуры: звено, связь, уровень. Компоненты организационной структуры: специализация (горизонтальное и вертикальное разделение труда), департаментализация, централизация и децентрализация. Виды организационных структур и их преимущества и недостатки: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, штабная, проектная, матричная, холдинговая. Проектирование организационной структуры.

Структурный подход к организации. Формальные и неформальные организации.

Организационные структуры компаний разных размеров: микропредприятия; малые предприятия; средние предприятия; крупные компании; интегрированные корпорации.

Принципы развития организационных структур малых и средних предприятий. Слияния, поглощения и формирование интегрированных корпораций. Примеры организационной структуры горизонтально интегрированных корпораций в разных отраслях. Примеры организационной структуры вертикально интегрированных корпораций в разных отраслях. Определение организационного уровня развития.

Примеры диверсифицированных компаний. Перспективы развития компаний разных размеров от микро- и многонациональных корпораций.

Тема 4. Операционный производственный менеджмент

Управление производством и операциями: основные понятия и модели. Типы производства и их технико-экономические характеристики. Классификация операционной функции организации труда. Типовая структура организации по функциональному признаку.

Производство как операционная система. Развитие форм организации производства в современных условиях. Организация поточного производства. Концепция «Lean».

Ключевая роль потребителя и операционном управлении. Стратегические принципы операционного менеджмента.

Оперативное управление производством: подходы и определения. Классификация производственных процессов и способы их описания. Взаимосвязь организационных структур и производственных процессов. Показатели оценки производственных процессов и их влияние на эффективность работы предприятия. Методы, используемые при проектировании производственных процессов.

Формирование производственной программы. Формирование плана производства. Графические и сетевые модели.

Тема 5. Маркетинг

Понятийный аппарат маркетинга: понятие маркетинга и маркетингового исследования, внешняя и внутренняя среда маркетинга, сегментирование и позиционирование, коммуникационный механизм маркетинга.

Основные функции маркетинга. Концепции маркетинга.

Товарная политика предприятия (организации). Маркетинговое представление товара. Концепция жизненного цикла товара. Конкурентоспособность товара и пути ее повышения. Виды маркетинговых коммуникаций.

Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Методы качественных исследований. Оценка целесообразности проведения маркетинговых исследований. Методы измерения

отношений и предпочтений покупателей. Анализ рынков и рыночное прогнозирование.

Микросреда компании: компания, поставщики, маркетинговые посредники, клиенты, конкуренты, контактная аудитория. Макросреда компании: демографическая среда, экономическая среда, природная среда, технологическая среда, политико-правовая среда, культурная среда.

Оценка потребности в маркетинговой информации. Внутрифирменные данные. Сбор маркетинговой информации. Выявление проблем и определение целей исследования. Реализация плана маркетингового исследования.

Модель покупательского поведения, типы поведения потребителей при принятии решения о покупке. Типы покупательского поведения. Основные подходы к изучению потребительского поведения. Модель поведения потребителей.

Значение маркетинга в формировании поведения потребителя, совершившего покупку.

Сегментирование рынка. Эффективность сегментирования. Оценка и выбор целевых рынков, оценка сегментов рынка, выбор сегментов целевого рынка, социально-ответственный выбор целевого рынка.

Дифференциация и позиционирование, карты позиционирования. Выбор стратегии дифференциации и позиционирования, информирование потребителей о выбранной позиции.

Обеспечение конкурентоспособности товара. Разработка товаров «рыночной новизны». Создание и продвижение марочной продукции. Упаковка. Сервисное обслуживание.

Стратегия торговой марки, формирование брендов. Ассортимент. Разработка стратегии маркетинга. Экономический анализ, создание прототипов, пробный маркетинг, коммерциализация. Стратегии жизненного цикла товаров: этап вывода на рынок, этап роста, этап зрелости, этап упадка.

Потребительская ценность товара, работы, услуги. Стратегии ценообразования.

Цена как индикатор маркетинговых усилий компании. Маркетинговые ориентации в установлении базовых цен.

Ценообразование на основе потребительской ценности. Организационные и производственные издержки и их учет в ценообразовании.

Ценообразование на основе себестоимости. Внутренние и внешние факторы ценообразования.

Стратегии корректировки и изменения цен. Политика снижения и повышения цен.

Цепи поставок и сеть доставки потребительской ценности. Сущность и значение маркетинговых каналов.

Формирование стратегии каналов распределения. Организационные формы каналов распределения.

Каналы распределения: уровни и количество. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения.

Продвижение как процесс маркетинговых коммуникаций. Стратегия продвижения: интегрированные маркетинговые коммуникации.

Комплекс продвижения товаров. Модель маркетинговых коммуникаций. Характеристика процесса коммуникаций.

Составление совокупного бюджета на продвижение, определение структуры комплекса продвижения товаров. Маркетинговые решения по рекламе, персональным продажам, стимулированию, связям с общественностью. Выставки. Продвижение в сети Интернет. Прямой и интерактивный маркетинг.

Тема 6. Финансовый менеджмент

Сущность, цель и задачи финансового менеджмента. Функции финансового менеджмента. Финансовый менеджмент как система управления. Финансовая политика предприятия, ее роль и цели. Финансовая стратегия и тактика.

Классификация инвестиций. Сущность, цель и задачи управления инвестициями. Правила и критерии принятия инвестиционных решений, оценки инвестиционных решений. Управление реальными инвестициями. Виды инвестиционных проектов и требования к их разработке. Принципы и методы оценки эффективности реальных инвестиционных проектов. Управление реализацией реальных инвестиционных проектов.

Формы финансовых инвестиций и управление ими. Модели, принципы и методы оценки эффективности отдельных финансовых инструментов инвестирования. Принципы и последовательность формирования инвестиционного портфеля компании. Управление инвестиционным портфелем компании.

Цель и задачи планирования инвестиционной деятельности организации, виды планов и последовательность их разработки, инвестиционный бюджет. Цель и задачи планирования финансовой деятельности. Стратегия финансового планирования. Виды планов, содержание и последовательность их разработки. Бизнес-план и его финансовые аспекты. Основные финансовые показатели и методы их расчета в бизнес-планировании. Виды внутрифирменного финансового планирования. Годовой финансовый план (бюджет) компании. Операционный бюджет. Финансовый бюджет. Инвестиционный бюджет. Прогнозирование основных финансовых показателей. Имитационная модель финансового планирования и прогнозирования.

Тема 7. Финансовый анализ

Финансовый анализ: эволюция понятия. Сущность и задачи финансового анализа. Отличия финансового анализа от управленческого анализа. Классификация финансового анализа. Пользователи и их интересы в результатах финансового анализа. Взаимосвязь финансового и управленческого анализа. Управленческие решения на базе финансового анализа.

Методы финансового анализа: динамический (горизонтальный), структурный (вертикальный), трендовый, финансовые коэффициенты, факторный. Характеристика аналитических процедур проведения финансового анализа: предварительная оценка финансового состояния, детализированный анализ финансового состояния.

Экономическое содержание понятий «платежеспособности» и «ликвидности» компании. Основные направления анализа ликвидности. Экономическое содержание понятия «финансовая устойчивость» компании. Основные направления анализа финансовой устойчивости. Экономическое содержание понятия «деловая активность» компании. Основные направления анализа деловой активности предприятия.

Временной и структурный анализ отчета о прибылях и убытках (оценка результативности деятельности компании). Анализ доходности. Показатели рентабельности деятельности предприятия (организации). Резервы улучшения финансовых результатов компании.

Экономическое содержание кризиса и банкротства. Диагностика потенциального банкротства хозяйствующего субъекта. Модели и методы определения признаков потенциального банкротства. Определение мер финансового оздоровления компании.

Тема 8. Стратегический менеджмент

Основные этапы развития стратегического менеджмента. Сущность стратегического управления. Отличие управления на основе долгосрочного планирования от управления на основе стратегического планирования. Основная схема стратегического анализа: анализ макросреды, отраслевой анализ, конкурентный анализ, анализ

внутренней среды.

Понятие «стратегия». Элементы стратегии. Значение стратегии. Модель процесса стратегического управления. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Понятие видения и миссии организации, создание миссии организации. Стратегические цели и их декомпозиция (дерево целей). Иерархическая структура стратегий и их взаимосвязь: корпоративные стратегии, деловые стратегии, функциональные стратегии.

Понятие, значение и структура стратегий корпоративного уровня.

Корпоративные стратегии роста: стратегии концентрированного роста; стратегии интегрированного роста; стратегии диверсифицированного роста; Корпоративные стратегии сокращения: виды и содержание..

Понятие и виды деловых стратегий. Конкурентные стратегии по Ф. Котлеру: виды и сущность. Наступательные стратегии по А.А. Томпсону и А.Дж.Стрикленду. Функциональные стратегии: назначение, виды, содержание. Инновация и производная стратегии: сущность, этапы разработки. Социальная стратегия: сущность, этапы разработки. Финансовая стратегия: значение, сущность.

Стратегический анализ внешней среды косвенного воздействия: структура и значение. Инструменты анализа макроокружения: метод ключевых вопросов. Инструменты анализа макроокружения: SWOT-анализ. Инструменты анализа макроокружения: PEST-анализ. Цели и содержание этапов отраслевого анализа. Анализ привлекательности отрасли. Ключевые факторы успеха: понятие, преимущества по сферам.

Природа и источники конкурентного преимущества. Появление конкурентного преимущества. Модель «пять сил конкуренции» М. Портера. Конкуренция со стороны товаров-заменителей, Угроза со стороны новых потенциальных участников рынка, Соперничество между закрепившимися на рынке конкурентами, Рыночная власть покупателей, Рыночная власть поставщиков. Развитие модели пяти сил. Комплементарные (дополнительные) товары: недостающая сила в модели Портера.

Характеристика внутренней среды организации, структура анализа. Методы анализа внутренней среды: бенчмаркинг. Методы анализа внутренней среды: метод SPACE (стратегическая оценка позиции организации и действий). Методы анализа внутренней среды: цепочка ценностей (анализ основных бизнес –процессов компаний). Стратегический анализ издержек: финансово-хозяйственный анализ, анализ кадрового потенциала. Стратегический анализ культуры организации. SNV-анализ.

Разработка стратегических альтернатив с использованием матрицы McKinsey. Разработка стратегических альтернатив с использованием матрицы Ансоффа. Разработка стратегических альтернатив с использованием матрицы БКГ. Разработка стратегических альтернатив с использованием трехмерной матрицы Абеля.

Тема 9. Теория корпоративного управления

Сущность и принципы корпоративного управления. Основные признаки корпоративного управления. Цели, задачи и функции корпоративного управления. Методы корпоративного руководства. Понятие национальной модели корпоративного управления. Общие характеристики, принципы и особенности, преимущества и недостатки англо-американской модели корпоративного управления, японской модели корпоративного управления, чешской модели корпоративного управления, немецкой модели корпоративного управления. Формирование российской (национальной) модели корпоративного управления. Факторы формирования российской модели корпоративного управления.

Понятие корпорации как хозяйствующего субъекта. Принципы организации. Двойственность трактовки корпорации в РФ. Стратегии интеграционного развития корпораций. Слияние. Присоединение. Ликвидация. Преобразование. Разделение.

Выделение. Виды интеграции корпораций. Горизонтальная интеграция. Вертикальная интеграция. Типы интеграции корпораций. Характеристика типов надфирменных образований (организационных типов построения корпоративных структур).

Общее собрание акционеров (ОСА). Функции ОСА. Вопросы, относящиеся к функциям ОСА. Порядок принятия решений ОСА. Совет директоров (СД). Вопросы, относящиеся к компетенции СД. Порядок избрания СД. Комитеты СД.

Исполнительные органы общества. Компетенции и ответственность Генерального директора. Полномочия и ответственность Правления. Корпоративный секретарь: функции, права и обязанности.

Корпоративные финансы: современная трактовка и основные принципы. Виды финансовых отношений корпорации. Классификация капитала корпорации. Процесс оптимизации структуры капитала. Общая стратегия управления корпорацией. Принципы финансовой политики корпорации. Основные финансовые инструменты корпоративного управления. Акции. Облигации. Векселя. Производные ценные бумаги: опционы и фьючерсы. Портфель ценных бумаг. Рынок ценных бумаг. Участники и структура рынка ценных бумаг. Инфраструктура рынка ценных бумаг. Общие требования финансовой отчетности корпорации. Консолидированная отчетность. Управление стоимостью и эффективность корпорации. Факторы стоимости корпорации. Экономическая добавленная стоимость. Управление финансовыми рисками корпорации.

3. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительное испытание проводится в устной форме: собеседование по вопросам, соответствующим направленности (профилю) программы «Корпоративное управление». Один билет включает два вопроса.

На подготовку к ответу абитуриенту отводится до 30 минут, на ответ — до 15 минут. Во время ответа абитуриент может пользоваться листом устного ответа.

Листы устного ответа не проверяются и не оцениваются.

Абитуриенту могут быть заданы дополнительные вопросы, как по содержанию экзаменационного билета, так и по любым разделам программы вступительного экзамена.

Во время проведения вступительных испытаний их участникам и лицам, привлекаемым к их проведению, запрещается использовать любые средства связи.

Участники вступительных испытаний могут иметь при себе и использовать справочные материалы и электронно-вычислительную технику, разрешённые приёмной комиссией к использованию во время проведения вступительных испытаний.

4. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

1. Сущность менеджмента и основные принципы менеджмента
2. Профиль менеджера, личностные характеристики и предпосылки для успешного освоения менеджерских функций
3. Исторические корни менеджмента и научные школы
4. Методы управления и их разновидности
5. Функции менеджмента и их сущность
6. Цель и целеполагание в управленческой деятельности
7. Планирование и прогнозирование деятельности
8. Мотивация и контроль деятельности
9. Управление коммуникациями в организации
10. Сущность, природа и общая методология разработки управленческих решений
11. Основные этапы процесса разработки и принятия управленческих решений

12. Методы экспертных оценок и прогнозирование в процессе принятия управленческих решений
13. Организация и контроль исполнения управленческих решений
14. Организация как объект управления
15. Организация как система
16. Внутренняя и внешняя среда организации
17. Сущность и содержание анализа внутренней и внешней среды организации и факторов, оказывающих влияние на принятие управленческих решений
18. Организационные структуры управления
19. Организационные структуры и практика их использования в предпринимательской деятельности
20. Сущность и принципы операционного менеджмента
21. Оперативное управление производством и формирование производственной программы
22. Теоретические основы маркетинга
23. Комплекс маркетинга (marketing mix)
24. Маркетинговые исследования
25. Маркетинговое окружение
26. Управление маркетинговой информацией
27. Потребительские рынки и покупательское поведение, и поведение промышленных потребителей на промышленных рынках
28. Процесс принятия решений о покупке. Типы и модели поведения потребителей
29. Стратегия, определяемая потребностями клиентов
30. Маркетинговые решения по товару
31. Ценообразование в маркетинге
32. Маркетинговые каналы и управление цепями поставок
33. Интегрированные маркетинговые коммуникации
34. Финансовый менеджмент: сущность, цель, задачи, финансовая стратегия и тактика
35. Управление инвестициями
36. Управление финансовыми инвестициями
37. Планирование инвестиционной и финансовой деятельности организации
38. Роль финансового анализа в принятии управленческих решений
39. Методы и процедуры финансового анализа предприятия (организации)
40. Анализ ликвидности, финансовой устойчивости и деловой активности компании
41. Анализ финансовых результатов компании
42. Оценка потенциального банкротства предприятия (организации)
43. Стратегический менеджмент: сущность, этапы развития, схема стратегического анализа
44. Сущность стратегии и стратегического управления
45. Стратегии корпоративного уровня
46. Деловые и функциональные стратегии
47. Значение и сущность стратегического анализа внешней среды
48. Стратегический анализ конкурентной среды
49. Стратегический анализ внутренней среды
50. Разработка стратегических инициатив
51. Корпоративное управление. Модели корпоративного управления
52. Специфика и механизм функционирования корпораций
53. Органы управления корпорацией
54. Финансовые аспекты корпоративного управления

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Результаты вступительного испытания определяются балльной системой. Максимальное количество баллов — 100. Каждый ответ на вопрос билета оценивается по шкале 0–50 баллов:

- 41–50 баллов — «отлично»;
- 30–40 баллов — «хорошо»;
- 20–29 баллов — «удовлетворительно»;
- 0–19 баллов — «неудовлетворительно».

Результаты объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии.

Установлены следующие критерии оценки знаний:

— оценка «отлично» выставляется абитуриентам, показавшим глубокое знание теоретической части, умение проиллюстрировать изложение практическими примерами, полно и подробно ответившим на основные вопросы и дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии. Абитуриент должен показать глубокие, прочные и содержательные знания, его ответ должен быть логичным и доказательным, отражать новейшие достижения науки;

— оценка «хорошо» выставляется абитуриентам, ответившим на вопросы с незначительными замечаниями, показавшим глубокое знание теоретической части, умение проиллюстрировать изложение практическими примерами, полностью ответившим на вопрос и дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии, но допустившим при ответах незначительные неточности, указывающие на наличие пробелов в знаниях;

— оценка «удовлетворительно» выставляется абитуриентам, ответившим со значительными замечаниями, показавшим знание основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, испытывающим затруднения при практическом применении теории, допустившим ошибки при ответах на основные вопросы и дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии;

— оценка «неудовлетворительно» выставляется, если абитуриент показал существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не умеет применять теоретические знания на практике.

6. ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года) (в действ. ред.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года № 145-ФЗ (в действ. ред.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
3. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (в действ. ред.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
4. Указ Президента Российской Федерации «Вопросы противодействия коррупции» от 8 июля 2013 года № 613 (в действ. ред.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
5. Указ Президента РФ от 16 августа 2021 г. N 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021 - 2024 годы» (в действ. ред.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
6. Постановление Правительства РФ от 26 мая 2021 г. N 786 «О системе управления

- государственными программами Российской Федерации» (в действ. ред.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
7. Балашов, А. П. Теория организации и организационное поведение: учебное пособие. Гриф УМО / А.П. Балашов. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 299 с. — (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0343-2. - Текст: электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1153776>
 8. Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений: учебное пособие. Гриф / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 384 с. + доп. материалы. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-006914-2. - Текст: электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905116>
 9. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник. Гриф МО / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2023. — 672 с. - ISBN 978-5-9776-0554-0. - Текст: электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2016155>
 10. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов. Гриф УМО / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 290 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03369-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468863>
 11. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов. Гриф УМО / под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483>
 12. Мкртычян, Г. А. Организационное поведение: учебник и практикум для вузов. Гриф УМО / Г. А. Мкртычян. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8789-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512217>
 13. Незамайкин, В. Н. Финансовый менеджмент: учебник для вузов / В. Н. Незамайкин, И. Л. Юрзинова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16612-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531438>
 14. Рубчинский, А. А. Методы и модели принятия управленческих решений: учебник и практикум для вузов. Гриф УМО / А. А. Рубчинский. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 526 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03619-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511189>
 15. Соловьев, Б. А. Маркетинг: учебник. Гриф УМО / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст: электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1915464>
 16. Стерлигова, А. Н. Операционный (производственный) менеджмент: учебное пособие. Гриф УМО / А.Н. Стерлигова, А.В. Фель. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 187 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003469-0. - Текст: электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1858248>

17. Теория менеджмента: учебник для вузов. Гриф УМО / Л. С. Леонтьева [и др.]; под редакцией Л. С. Леонтьевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 287 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15568-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510865>
18. Теория организации: учебник и практикум для вузов. Гриф УМО / Г. Р. Латфуллин [и др.]; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01187-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511887>
19. Финансовый анализ: учебник и практикум для вузов / И. Ю. Евстафьева [и др.]; под общей редакцией И. Ю. Евстафьевой, В. А. Черненко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00627-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511414>
20. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — . - . - Режим доступа: ISBN 978-5-534-03375-5 — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489484>