

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ ПО
НАПРАВЛЕНИЮ
42.04.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

1. Основы менеджмента

1. Сущность управления. Организации и их общие характеристики.
2. Профессиональные качества и функции менеджера.
3. Коммуникации в управлении.
4. Организационные решения. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений.
5. Стратегическое и тактическое планирование.
6. Разработка организационной структуры и распределение полномочий.
7. Мотивация персонала.
8. Сущность и процесс контроля в организации.
9. Стили управления.
10. Управление конфликтами

Основная литература

1. Макарова Т.А. Основы менеджмента: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2003. –116 с.
2. Пустынникова Е.В. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов по специальности «Управление персоналом» / Е.В.Пустынникова. – М.: КноРус, 2010. – 314 с
3. Сравнительный менеджмент/ Под ред. С.Э.Пивоварова: Учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2006. –368 с.

Дополнительная литература

1. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р.Веснин. – М. : Проспект, 2010. –306 с.
2. Гончаров М.А. Основы менеджмента в образовании: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. –480 с.
3. Top-manager. Ежемесячный журнал для руководителей. –СПб.: ЗАО «Журнал «Менеджер». Распространение ООО «Евро-пост».

2. Маркетинг

1. Сущность и принципы маркетинга
2. Виды маркетинга
3. Современная концепция маркетинга
4. Комплекс маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение)
5. Товар в маркетинге. Товарный ассортимент
6. Качество товара. Жизненный цикл товара и характеристики товара в маркетинге
7. Сегментация рынка: понятие, критерии, этапы
8. Маркетинговые исследования. Методы сбора маркетинговой информации
9. Выбор маркетинговой стратегии
10. Организация маркетинговой деятельности на предприятии

Основная литература

1. Багиев Г. Л. Маркетинг : учебник для вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич ; под общ. ред. Г. Л. Багиева .— 3-е изд., перераб. и доп. — М. [и др.] : Питер, 2010 .— 573 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; Российская ассоциация маркетинга ; пер. с англ. С. Жильцова, М. Жильцова, Д. Раевской .— 12-е изд. — Москва [и др.] : Питер, 2012 .— 814 с.

Дополнительная литература

1. Басовский Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л. Е. Басовский .— Москва : ИНФРА-М, 2010 .— 132, [1] с.
2. Лебедева Т. С. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.С. Лебедева ; Санкт-Петербургский государственный политехнический университет; под ред. В.В. Кобзева .— Изд. 3-е, испр. и доп. — Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,43 Мб) .— СПб., 2012 .— (Экономика и управление на предприятии) .— Загл. с титул. экрана .— Электронная версия печатной публикации .— Доступ из локальной сети ФБ СПбГПУ (чтение) .— Текстовый документ. — Adobe Acrobat Reader 7.0.

Издание на др. носителе: Маркетинг : учебное пособие / Т. С. Лебедева ; Санкт-Петербургский государственный политехнический университет; под общ. ред. В. В. Кобзева .— Изд. 3-е, испр. и доп. — СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2012 .— 164 с. : ил., табл. ; 20 см .— (Экономика и управление на предприятии) .