

Министерство образования и науки Российской Федерации
Ивановский государственный университет

Экономический факультет

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.04.01 ЭКОНОМИКА
(образовательная программа
«Экономика фирмы и отраслевых рынков»)

Иваново, 2016

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

РАЗДЕЛ 1. МИКРОЭКОНОМИКА И МАКРОЭКОНОМИКА

1.1. МИКРОЭКОНОМИКА

Тема 1. Теория потребительского выбора

Теория потребительского выбора. Понятие и свойства кривых безразличия. Функция полезности.

Тема 2. Теория производства и издержек

Производственная функция. Закон убывающей предельной производительности (отдачи). Анализ издержек производства в краткосрочном и долгосрочном периодах. Расширение производства в длительном периоде. Отдача от масштаба.

Тема 3. Теория фирмы в условиях совершенной конкуренции

Равновесие на рынке в краткосрочном периоде. Конкурентное равновесие фирмы в долгосрочном периоде. Построение долговременной кривой рыночного предложения для отраслей с постоянными, возрастающими и убывающими издержками.

Тема 4. Определение объема производства и цены в условиях чистой монополии. Монопольная власть

Понятие естественной монополии. Методы регулирования ценообразования в условиях естественной монополии. Государственное регулирование монопольной власти. Достижение равновесия в модели чистой монополии в краткосрочном периоде.

Тема 5. Рынок монополистической конкуренции

Стратегия фирмы на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах. Сравнение с рынками совершенной конкуренции и чистой монополии.

Тема 6. Ценообразование на рынке олигополии

Стратегия ценообразования на рынке олигополии. Сговор на олигополистическом рынке (картельное соглашение).

Тема 7. Межвременной выбор. Ценообразование на рынке капиталов

Формирование спроса на инвестиции в краткосрочном периоде. Предельная норма окупаемости инвестиций. Дисконтированная стоимость.

Тема 8. Общее равновесие и экономическая эффективность

Эффективность в сфере производства. Ценовой механизм достижения эффективности в сфере производства. Эффективность в структуре выпуска продукции (одновременная эффективность в обмене и производстве).

Рекомендуемая литература

Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. М.: «Дело», 2000.

Экономическая теория / Под ред В.Д. Камаева, Е.Н. Лобачевой – М.: Юрайт – Издат, 2006

Экономическая теория / Под обующей ред В.И. Ведяпина, А.И. Добынина, Г.П. Журавлевой и Л.С. Тарасевича. – М., ИНФРА-М, 2007

Вэриан Х. Микроэкономика. Промежуточный уровень. М.: ЮНИТИ, 1997.

Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2 т. СПб: Экономическая школа, 2010.

Синявская Э.Г., Голубева Н.В. Микроэкономика: практика решения задач. Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2006.

1.2. МАКРОЭКОНОМИКА

Тема 1. Основные макроэкономические показатели

Ключевые понятия и основные макроэкономические показатели в СНС: экономический рост, валовой выпуск, валовой внутренний продукт, валовой национальный доход, чистый национальный доход, инфляция, национальное богатство, совокупный спрос и совокупное предложение; в БНХ: валовой общественный продукт, национальный доход, фонд возмещения потребленных средств производства, конечный продукт, промежуточный продукт.

Тема 2. Потребление и сбережение

Теория жизненного цикла в анализе потребления и сбережения. Теория потребления на основе понятия перманентного дохода. Синтез теории жизненного цикла и теории потребления на основе понятия перманентного дохода.

Тема 3. Спрос на деньги

Составные элементы денежной массы. Теория спроса на деньги по Дж. Кейнсу. Скорость денежного обращения и классическая количественная теория денег. Связь между скоростью денежного обращения и спросом на деньги.

Тема 4. Предложение денег

Цели регулирования экономики с использованием инструментария Центрального банка. Факторы, определяющие объем денежной массы. Условие равновесия на рынке денег.

Тема 5. Равновесие на рынке товаров и рынке активов

Рынок товаров и понятие кривой IS. Взаимодействие рынка товаров и рынка активов. Одновременное равновесие на рынке товаров и рынке активов. Модель IS-LM. Уравнения, описывающие состояние одновременного равновесия на рынке денег и рынке товаров.

Тема 6. Модель совокупного спроса – совокупного предложения

Модель совокупного спроса и совокупного предложения. Кривые совокупного спроса и предложения. Кривая предложения по Дж. Кейнсу. Классическая кривая предложения.

Тема 7. Динамические аспекты взаимосвязи инфляции, производства и уровня занятости

Инфляция, инфляционные ожидания и линия совокупного предложения. Альтернативные стратегии уменьшения инфляции. Противоречие между инфляцией и нормой безработицы.

Тема 8. Модель открытой экономики

Понятие платежного баланса и его структура. Валютные резервы. Фиксированный и плавающий валютные курсы. Реальный валютный курс. Модель совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS) для открытой экономики. Экономическое регулирование при фиксированном валютном курсе. Экономическое регулирование в условиях гибкого валютного курса.

Рекомендуемая литература

Макроэкономика. Теория и российская практика / Под ред. Грязновой и Н.Н. Думной. – М.; КНОРУС – 2005;

Экономическая теория / Под ред В.Д. Камаева, Е.Н. Лобачевой – М.: Юрайт – Издат, 2006

Экономическая теория / Под общей ред В.И. Ведяпина, А.И. Добобынина, Г.П. Журавлевой и Л.С. Тарасевича. – М., ИНФРА-М, 2007

Баранов А. О. Лекции по макроэкономике. Новосибирск: Изд-во Сиб. отд-ния РАН, 2007.

Бурда М., Виплош Ч. Макроэкономика. Европейский текст. СПб.: Судостроение, 1998.

Гайгер Л. Т. Макроэкономическая теория и переходная экономика. М.: Инфра-М, 1996.

Дорнбуш Р., Фишер С. Макроэкономика. М.: Изд во МГУ, 1997.

РАЗДЕЛ 2.

2.1. ЭКОНОМИКА ФИРМЫ

Тема 1. Общая характеристика фирмы

Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности: цели, задачи, функции. Принципы организации предприятия.

Порядок учреждения и прекращения деятельности предприятия (фирмы). Классификация предприятий и их объединений.

Тема 2. Структура предприятия

Внутренняя структура фирмы. Организационная структура фирмы и принципы управления. Производственная структура предприятия: понятие, факторы, влияющие на формирование. Основные типы структур, направления их совершенствования.

Тема 3. Ресурсное обеспечение фирмы

Ресурсы фирмы: состав и классификация. Способы формирования имущества предприятия. Инвестиционные ресурсы предприятия. Экономическая сущность, состав и структура основных фондов (средств) предприятия. Виды оценки основных фондов. Виды износа и методы его определения. Амортизация основных фондов. Показатели и пути улучшения использования основных средств предприятия.

Оборотные фонды (средства) предприятия: экономическое содержание, состав и структура. Планирование потребности предприятия в оборотных средствах. Показатели и пути улучшения использования оборотных фондов предприятия.

Трудовые ресурсы фирмы: понятие, характеристика, структура. Планирование потребности и управление персоналом. Производительность труда: понятие, показатели, методы измерения, факторы роста. Оплата труда.

Тема 4. Планирование деятельности фирмы (предприятия)

Организация планирования на предприятии, виды планов, принципы и методы планирования. Стратегическое, перспективное, текущее, оперативное планирование. Бизнес-план предприятия.

Тема 5. Производственная программа и производственная мощность

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 производственной мощности. Показатели и пути улучшения использования производственных мощностей на предприятии.

Тема 6. Издержки, анализ и планирование себестоимости продукции.

Издержки производства и себестоимость продукции. Понятие издержек фирмы. Постоянные и переменные, прямые и косвенные издержки.

Понятие и виды себестоимости продукции. Экономическое содержание и назначение классификации затрат на производство и реализацию, их группировка по элементам затрат и статьям калькуляции. Методы планирования и анализа себестоимости продукции.

Тема 7. Прибыль фирмы.

Прибыль предприятия (фирмы) и факторы, оказывающие влияние на ее размер. Виды прибыли. Бухгалтерская и экономическая прибыль. Методы планирования и анализа прибыли. Формирование, распределение и использование прибыли. Рентабельность продукции и производства, ее измерение.

Рекомендуемая литература

Основная

Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник.- М.: Дашков и К^о, 2005.

Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В. М. Попова и С. И. Ляпунова.- М.: Финансы и статистика, 2007.

Бухалков М.И. Планирование на предприятии: Уч-к, 4-е изд., испр.- М.: ИНФРА-М, 2011.

Валигурский Д. И. Организация предпринимательской деятельности. СПб.: Питер, 2005.

Васильчук Е.С. Организация предпринимательской деятельности Уч. пос. Изд-во ИвГУ. 2011.

Коваленко П.П. Оценка экономической эффективности инвестиционных и инновационных проектов.- М.: Лаборатория книги, 2011.

Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (учебно-практический). Части первая, вторая, третья, четвертая – 2-е изд., перераб. и доп. Под ред. С.А. Степанова.- М.: Проспект, 2009.

Лапуста М.Г. Предпринимательство.- М.: ИНФРА-М, 2008.

Пирогов К.М., Темнова Н.К., Гуськова И.В. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КНОРУС, 2007.

Экономика предприятия (фирмы): Учеб. для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. - М.: проспект, 2011.

Экономика предприятия (фирмы): Учеб. / Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2009.

Дополнительная

Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия): Учебник- М.: КНОРУС, 2012.

Растова Ю.И., Малахов Р.Г., Горянинская О.А. Экономика организации (предприятия) в схемах: Уч. пос.- М.: ЭКСМО, 2009.

Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 30.12.2008 № 209–ФЗ

Экономика предприятия (фирмы): Практикум / Под ред. проф. О.И. Волкова, проф. В.Я. Позднякова. – М.: ИНФРА-М, 2006.

2.3. МАРКЕТИНГ

Тема 1. Современная маркетинговая концепция.

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

Тема 3. Маркетинговая среда функционирования предприятия

Понятие о маркетинговой среде. Компоненты и наиболее существенные факторы макро- и микросреды предприятия. SWOT-анализ.

Тема 4. Сегментация рынка

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

Понятие о позиционировании фирмы и ее товаров.

Тема 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.

Тема 6. Ценовая стратегия компании

Роль цены в системе маркетинга. Основные типы ценовых стратегий. 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.

Тема 7. Стратегия распределения товаров

Понятие о канале распределения. Функции каналов распределения. Выбор методов распределения. Принятие решений о структуре каналов распределения. Стратегии управления каналом сбыта.

Тема 8. Коммуникационная политика

Понятие о продвижении и коммуникационной стратегии. Основные элементы комплекса коммуникации: реклама, стимулирование сбыта, персональная продажа, формирование общественного мнения.

Рекомендуемая литература

Основная

Котлер Ф. Основы маркетинга-М.: Прогресс, 2012.

Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга — М; СПб; К.; Издат. "Вильямс", 2012.

Багиев Г.Л., Тарасович В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник — СПб: Питер, 2009.

Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник. – М.: КНОРУС, 2006.

Романов А.А., Синяева Н.М., Поляков В.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник - М.:ИНФРА-М, 2011.

Ибрагимова Р.С. Стратегический маркетинг: Учеб. пособие — ИвГУ, 1998.

- Ибрагимова Р.С. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие - ИвГУ, 1998.
- Ибрагимова Р.С., Езерская С.Г. Маркетинговые каналы: Учеб. пособие – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2003.
- Голубков Е.Л. Основы маркетинга: Учебник. М.: «Финпресс», 2009.
- Малхотра Н. Маркетинговые исследования: практическое руководство. – М.: 2002.
- Гилберт А. Черчилль Т. Маркетинговые исследования: Учебник – СПб: Питер, 2007.
- Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент: Учебник – СПб: Питер, 2011.
- Дополнительная**
- Ламбен Ж. Стратегический маркетинг-СПб.: Наука, 2007.
- Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия: Учебник - СПб: СПбГУЭФ, 2011
- Данько Т.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник – М.: ИНФРА – М, 2011
- Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник – М.: Омега – Л, 2011.
- Березин И.С. Маркетинговые исследования: инструкция по применению – М.: ЮРАЙТ, 2012.
- Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: Учебник – М.: ИНФРА-М, 2011.