

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «МЭИ»**

**«Утверждаю»
Директор ГПИ
_____ А.Б.Родин**

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В
МАГИСТРАТУРУ (СПЕЦИАЛЬНАЯ ЧАСТЬ)**

**Направление подготовки:
38.04.02 Менеджмент**

**Магистерская программа:
Управление деятельностью PR организаций и структур**

Москва, 2024 год

1. Содержание теоретических разделов

1.1 ПРИРОДА, СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Определение организации. Понятия менеджмента, менеджера. Функции менеджера. Внутренние переменные – ситуационные факторы внутри организации. Взаимосвязанность внутренних переменных. Внешняя среда в бизнесе. Организация и ее среда.

Природа процесса принятия решений. Рациональное решение проблем. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Модели и методы принятия решений. Наука управления. Моделирование. Методы принятия решений. Методы прогнозирования.

Сущность, функции и выгоды стратегического планирования: цели организации, оценка и анализ внешней среды, управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации, изучение стратегических альтернатив. Планирование стратегии: реализация стратегического плана, оценка стратегического плана, количественные и качественные критерии оценки.

Управление производством: создание операционной системы: системный подход к управлению операциями; вопросы этики в управлении производством; проектирование изделий и процессов в производстве; проектирование продуктов и процессов в сфере услуг; производственные мощности, месторасположение, проектные решения; проектирование работ и нормирование труда; стратегия операционного управления.

1.2 КОММУНИКАЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Основы коммуникаций в менеджменте. Виды коммуникаций в организации. Коммуникативные навыки менеджера. Роль коммуникаций в управлении. Модели коммуникации.

Эффективные методы коммуникаций. Вербальная и невербальная коммуникация. Письменные и устные формы общения. Использование технологий в коммуникациях.

Коммуникации в сфере управления персоналом. Внутриорганизационные коммуникации. Межличностные коммуникации. Коммуникации во время конфликтов.

Обратная связь и оценка эффективности коммуникаций. Роль обратной связи в управлении. Методы оценки эффективности коммуникаций. Корректировка коммуникаций в соответствии с обратной связью.

Культура коммуникаций в организации. Структура коммуникаций в компании. Корпоративная культура. Организационная культура. Создание коммуникативной среды в коллективе. Применение коммуникативных стратегий для достижения целей организации

1.3 УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ

Делегирование, ответственность и полномочия. Линейные и аппаратные (штабные) полномочия. Эффективная организация распределения полномочий. Выбор структуры в процессе построения организаций. Департаментализация. Адаптивные структуры. Централизованные и де- централизованные организации.

Смысл и эволюция понятия мотивация. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Мотивация и компенсация. Сущность и смысл контроля. Процесс контроля. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля. Информационно-управляющие системы в планировании и контроле.

Руководство: власть и личное влияние: власть, влияние, лидер; формы власти и влияния; убеждение и участие; практическое использование влияния. Лидерство: стиль, ситуация и эффективность; обзор теорий лидерства, поведенческий подход к лидерству, стиль, удовлетворение и производительность, ситуационные подходы к эффективному лидерству, адаптивное руководство.

Природа конфликта в организации. Управление конфликтной ситуацией. Природа организационных изменений. Управление изменениями. Организационное развитие. Природа стресса. Стрессовый стиль жизни.

Формирование трудовых ресурсов. Развитие трудовых ресурсов. Повышение качества трудовой жизни. Развитие приверженности к организации.

1.4 МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

2. Основные понятия и принципы математических основ принятия управленческих решений.
3. Финансовые рынки и инструменты.
4. Простые и сложные проценты
5. Расчет процентов и процентных ставок
6. Применение простых и сложных процентов в финансах
7. Дисконтирование и приведение к одному моменту времени.
8. Приведение будущих платежей к одному моменту времени.
9. Дисконтирование и расчет текущей стоимости
10. Аннуитеты
11. Расчет периодических платежей
12. Аннуитетные схемы и их применение в финансах
13. Инвестиции и их оценка
14. Методы оценки инвестиционных проектов
15. Расчет сроков окупаемости и доходности инвестиций

1.5 АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Рентабельность предприятия как ключевой показатель эффективности деятельности: понятие, виды
2. Методы расчета рентабельности: расчет рентабельности активов, продукции, продаж. Чистая и валовая прибыль.
3. Факторы, влияющие на рентабельность предприятия.
4. Анализ рентабельности для принятия управленческих решений: инструменты и методы анализа рентабельности.
5. Порог рентабельности, точка безубыточности
6. Управление рентабельностью: меры по повышению рентабельности (сокращение издержек, увеличение выручки и т. д.), контроль показателей рентабельности и мониторинг изменений
7. Применение методов прогнозирования для определения будущей рентабельности
8. Планирование целей рентабельности и разработка стратегий достижения

1.6 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА

1. Теории лидерства и их социально-психологический аспект
2. Формирование и развитие корпоративной культуры
3. Мотивация персонала: социально-психологический подход
4. Межличностные отношения в организации
5. Формирование и развитие команд
6. Эффективное коммуникативное взаимодействие в организации
7. Роль эмоций и эмоционального интеллекта в управлении
8. Конфликты в организации: социально-психологический анализ
9. Развитие социальных навыков у менеджера
10. Психологический комфорт в организации и его значения для продуктивности труда
11. Развитие профессионального самоопределения персонала
12. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на организационную культуру
13. Психологические аспекты решения трудовых конфликтов
14. Эмоциональное выгорание и пути его преодоления в менеджменте
15. Психология мотивации и стимулирование коллектива.

1.7 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ

- 1 Роль специалиста по связям с общественностью в процессе управления общественным мнением. Функции специалиста по связям с общественностью, профессиональные требования к специалисту в системах управления.
- 2 Актуальные проблемы связей с общественностью в современной России. Связи с общественностью в органах государственной власти.
- 3 Связи с общественностью и их место в современном мире. Многогранная природа связей с общественностью. PR-наука и PR- деятельность. Сравнительная характеристика различных определений связей с общественностью.
- 4 Сравнительная характеристика связей с общественностью, рекламы и пропаганды. Подготовка и реализация программ в связях с общественностью в системах управления.
- 5 Качественные и количественные методы исследования в связях с общественностью. Исследования в области связей с общественностью.
- 6 Моделирование и формирование позитивного корпоративного имиджа. Роль связей с общественностью в конструировании имиджа. Внутрикorporативное взаимодействие в различных моделях коммуникации как средство формирования корпоративного имиджа. Корпоративная культура и корпоративный имидж. Корпоративные мероприятия в связях с общественностью.
- 7 Средства массовой информации как основной канал воздействия PR-технологий. Организация работы департаментов и агентств по связям с общественностью в различных организациях.
- 8 Специфика функционирования пресс-служб в государственных организациях. Штат пресс-службы. Основные принципы деятельности современной пресс-службы.
- 9 Принципы и функции связей с общественностью, целевые аудитории в связях с общественностью. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью.
- 10 Психологические аспекты связей с общественностью как управленческой деятельности.
- 11 Теоретические основы формирования корпоративного имиджа.
- 12 Основные коммуникативные модели связей с общественностью (агентство по связям с прес сой, общественно значимая информация, двухсторонняя асимметрия, двухсторонняя симметрия). Специальные мероприятия в связях с общественностью.
- 13 Кодекс профессиональных стандартов современного специалиста по связям с общественностью. Этические нормы деятельности.
- 14 Особенности PR-деятельности в условиях кризиса и конфликтов.
- 15 Основные задачи Российской ассоциации по связям с общественностью. Коммуникационные и социальные процессы как инструмент формирования корпоративной культуры и имиджа организации.
- 16 Использование блогосферы в современных связях с общественностью.
- 17 Категории социальной ответственности в связях с общественностью и понятие доверия в профессии.
- 18 Особенности PR-деятельности в Интернет. Интернет и связи с общественностью в топливно-энергетической сфере. Использование Интернета в ходе проведения PR-кампаний.
- 19 Особенности проведения пресс-конференции в связях с общественностью. Выставка как мероприятие в связях с общественностью. Презентация как мероприятие в связях с общественностью. Благотворительность и спонсорство в связях с общественностью.

2. Банк заданий

Задание экзаменационного билета № 6 (5 баллов)

Задание 6.1 (правильный ответ – 3)

К функциям управления не относятся

1. Планирование
2. Организация
3. Диагностика
4. Контроль

Задание 6.2 (правильный ответ – 2)

Отметьте, что из перечисленного является базовым принципом управления

1. Унификация
2. Эффективность
3. Справедливая оплата труда
4. Равенство

Задание 6.3 (правильный ответ – 4)

Какое из приведенных понятий не является фактором производства?

1. Труд
2. Капитал
3. Земля
4. Управленческий талант

Задание 6.4 (правильный ответ – 2)

Какие из представленных категорий анализируются при SWOT-анализе?

1. Ценности компании
2. Возможности и угрозы
3. Конкуренты
4. Товары-заменители

Задание 6.5 (правильный ответ – 2)

Что включает в себя концепция «системного подхода» в управлении?

1. Усиление контроля над подчиненными
2. Структурирование всех процессов управления
3. Применение системы мотивации сотрудников
4. Внедрение системы ключевых показателей эффективности и результативности

Задание 6.6

Что включает в себя стратегический план развития организации?

1. Планирование операционной деятельности на небольшой временной промежуток
2. Выполнение текущих задач
3. Определение финансовых показателей на месяц
4. Определение миссии и видения организации

Задание 6.7

Какая работа осуществляется на первом этапе проведения SWOT-анализа

1. Выявление преимуществ и слабостей организации
2. Определение возможностей и угроз
3. Ранжирование факторов в каждой группе
4. Диагностика профессиональных качеств руководителя

Задание 6.8

Укажите, какая школа менеджмента является старейшей?

1. Административная школа
2. Школа научного управления
3. Школа человеческих отношений
4. Школа количественных методов управления

Задание 6.9

Совокупность социально-эколого-экономических факторов, воздействующих на предприятие и

оказывающих влияние на эффективность его функционирования – это:

1. внешняя деловая окружающая среда
2. дальняя окружающая среда
3. экономическая среда
4. макросреда

Задание 6.10

Определение основных долгосрочных целей и задач предприятия, утверждения курса действий, распределения ресурсов, необходимых для достижения целей – это:

1. Видение
2. Миссия
3. Стратегия
4. Цель развития

Задание 6.11

Основная общая цель фирмы, которая в концентрированном виде выражает причину и смысл существования фирмы и ее предназначение – это:

1. Видение
2. Миссия
3. Стратегия
4. Цель развития

Задание 6.12

Множественно повторяющаяся, логически связанная последовательность действий, направленная на создание ценности и формирование результата – это:

1. Управление
2. Управленческая операция
3. Функция управления
4. Бизнес-процесс

Задание 6.13

Какая функция управления заключается в сведении к минимизации различий между плановым и фактическим состоянием объекта, корректировка при необходимости совершаемых действий

1. Планирование
2. Организация
3. Контроль
4. Регулирование

Задание 6.14

К элементам внутренней среды организации относятся

1. Финансы организации
2. Покупатели
3. Поставщики
4. Государство

Задание 6.15

Представителем какой школы менеджмента является А. Файоль

1. Административная школа
2. Школа научного управления
3. Школа человеческих отношений
4. Школа количественных методов управления

Задание экзаменационного билета № 7 (5 баллов)

Задание 7.1 (правильный ответ – 1)

Какой фактор оказывает наибольшее влияние на модель бизнес-коммуникации в организации?

1. Культурная среда
2. Социальный статус сотрудников
3. Неформальный лидер в организации
4. Правовые институты в обществе

Задание 7.2 (правильный ответ – 1)

При каком виде коммуникации в качестве знаковой системы используется речь, осуществляются посредством устных и письменных сообщений

1. Вербальная
2. Невербальная
3. Устная
4. Письменная

Задание 7.3 (правильный ответ – 3)

Какой вид коммуникации осуществляется с целью развития и поддержания контактов с субъектами взаимодействия для решения оперативных и стратегических задач?

1. Письменный
2. Межсубъектный
3. Официальный
4. Тактильный

Задание 7.4 (правильный ответ – 1)

Какая коммуникация осуществляется с целью координации деятельности и обмена информацией между сотрудниками различных подразделений, находящихся на одном уровне организационной структуры

1. Горизонтальная
2. Вертикальная
3. Неформальная
4. Межличностная

Задание 7.5 (правильный ответ – 4)

Какая коммуникационная модель базируется на изучении 5 факторов: источник (кто?), сообщение (что говорит?), канал (по какому каналу?), аудитория (кому?), реакция (с каким результатом?),

1. модель коммуникации К.Шеннона и У.Уивера
2. модель взаимодействия по У.Шрамму
3. модель Дэвида Берло
4. модель Лассвелла

Задание 7.6

Любые отвлекающие факторы, препятствующие восприятию сообщения и его предполагаемого смысла – это

1. Барьеры
2. Помехи (шумы)
3. Препятствия
4. Заглушки

Задание 7.7

Бизнес-коммуникации возникают:

1. Во внутренней среде предприятия
2. Во внешней среде предприятия

3. При взаимодействии предприятия с государственными органами
4. верны все ответы

Задание 7.8

Какие процессы обуславливают обязательное наличие коммуникационной модели:

1. Базовые процессы
2. Обеспечивающие бизнес-процессы
3. Сквозные бизнес-процессы
4. все ответы правильные

Задание 7.9

Укажите, какой из представленных вариантов коммуникационного процесса является последним

1. Отбор информации или зарождение идеи
2. Выбор канала передачи информации
3. Процесс передачи сообщения
4. Процесс интерпретации сообщения

Задание 7.10

Документ или инструмент, который определяет, кто, как, когда и какой информацией будет делиться в рамках проекта

1. График коммуникации проекта
2. Диаграмма Ганта
3. Карта коммуникации проекта
4. Коммуникационные сети

Задание 7.11

Какая из перечисленных стратегий коммуникационного менеджмента помогает формировать образ организации?

1. Кризисное управление
2. Корпоративная коммуникация
3. Маркетинговая стратегия
4. Управление контентом

Задание 7.12

Специальный маршрут или технология, используемые для передачи сообщения –

1. Средства коммуникации
2. Механизмы коммуникации
3. Средства коммуникации
4. Каналы коммуникации

Задание 7.13

Человек, влияющий на партнеров по общению адресно и целесообразно, подбирая действия, слова, интонации и формулировки, для того чтобы получить нужную реакцию или ответ

1. Коммуникант
2. Отправитель
3. Получатель
4. Коммуникатор

Задание 7.14

Процесс представления идеи (цели) коммуникации, передаваемой адресату информации в виде текста, символов и образов – это

1. Кодирование
5. Коммуникация
6. Зашифровка
7. Отправка

Задание 7.15

Какой инструмент используется для измерения эффективности коммуникационных кампаний?

1. SWOT-анализ
2. PR-кампании
3. ROI (Return on Investment)
4. Медиапланирование

Задание экзаменационного билета № 8 (5 баллов)

Задание 8.1 (правильный ответ – 3)

Что не относится к свойствам организационной культуры?

1. всеобщность
2. неформальность
3. устойчивость
4. автономность

Задание 8.2 (правильный ответ – 1)

Способность фирмы (личности) эффективно соединять, интегрировать элементы всего комплекса взаимосвязанных факторов и процессов в системе предпринимательства – это

1. Организационная культура
2. Бизнес-коммуникации
3. Деловая среда
4. Коммуникационные связи

Задание 8.3 (правильный ответ – 1)

Какое из перечисленных понятий относится к классическим стилям руководства?

1. Авторитарный
2. Коучинг
3. Деспотичный
4. Наставничество

Задание 8.4 (правильный ответ – 4)

К базовым принципам принятия управленческих решений относится:

1. Мотивация
2. Делегирование
3. Конкуренция
4. Своевременность

Задание 8.5 (правильный ответ – 4)

Что является ключевым элементом организационной культуры?

1. Штатное расписание
2. Ключевые показатели эффективности
3. Финансовые показатели
4. Ценности компании

Задание 8.6

Какой из указанных методов не относится к методам мотивации персонала?

1. Премирование
2. Заработная плата
3. Поощрение
4. Похвала

Задание 8.7

Принцип 80/20 в менеджменте означает

1. 20 % усилий дают 80 % результата
2. 20 % сотрудников обеспечивают 80 % выручки компании
3. 80 % товаров обеспечивают 20 % выручки компании
4. 20 % сотрудников обеспечивают 80 % выручки компании

Задание 8.8

К видам организационной структуры организации относится:

1. Молекулярная
2. Матричная
3. Кристаллическая
4. Все варианты верные

Задание 8.9

Что такое КРІ в управлении?

1. Критические показатели эффективности
2. Контрольные показатели изменений
3. Ключевые показатели эффективности
4. Ключевые процессы организации

Задание 8.10

К признакам авторитарного стиля руководства относятся:

1. Строгий контроль
2. Максимальное делегирование полномочий
3. Стимулирование творческих инициатив сотрудников
4. Децентрализация власти

Задание 8.11

Какой вид потребностей находится на вершине пирамиды Маслоу?

1. Потребности в безопасности
2. Потребности в самоактуализации
3. Физиологические потребности
4. Социальные потребности

Задание 8.12

Определите первый этап принятия управленческого решения

1. Оценка вариантов
2. Разработка вариантов
3. Делегирование задач
4. Диагностика проблемы

Задание 8.13

Укажите, что не относится к методам мотивации персонала?

1. Штрафы и санкции
2. Уголовное наказание
3. Похвала
4. Финансовая мотивация

Задание 8.14

Укажите, какая задача выполняется в первую очередь при отборе персонала?

1. Формирование требований к кандидатам
2. Отбор кандидатов для собеседования
3. Определение потребности
4. Формирование штатного расписания

Задание 8.15

Определите, в компетенции какой должности входят задачи (в первую очередь) по оперативному управлению в организации?

1. Генеральный директор
2. Руководитель службы безопасности
3. Руководитель программ
4. Менеджер проектов

Задание экзаменационного билета № 9 (10 баллов)

Задание 9.1 (правильный ответ: по первому кредитному предложению переплата будет наименьшей и составит 3 220 800 руб.)

ООО «Ромашка» планирует осуществить ребрендинг. По оценкам маркетологов для реализации проекта ребрендинга организации необходимо 3 000 000 руб. Финансовый директор рассматривает варианты привлечения кредитных средств. Оцените кредитные предложения. По какому кредиту сумма переплат будет минимальна.

- 1) Срок кредитования 4 года, кредитная ставка – 20 % годовых (сложная процентная ставка).
- 2) Срок кредитования 5 лет, кредитная ставка – 16 % годовых (сложная процентная ставка).
- 3)

Решение:

- 1) Определяем сумму долга (наращенную сумму долга с процентами) по формуле сложных процентов

$$S = P \times (1 + i)^n$$

$$S_1 = 3\,000\,000 \times (1 + 0,2)^4 = 6\,220\,800 \text{ руб.}$$

$$S_2 = 3\,000\,000 \times (1 + 0,16)^5 = 6\,301\,025 \text{ руб.}$$

- 2) Определяем сумму переплат по кредитам

$$\Delta_1 = S_1 - P_0 = 6\,220\,800 \text{ руб.} - 3\,000\,000 \text{ руб.} = 3\,220\,800 \text{ руб.}$$

$$\Delta_2 = S_2 - P_0 = 6\,301\,025 \text{ руб.} - 3\,000\,000 \text{ руб.} = 3\,301\,025 \text{ руб.}$$

Задание 9.2 (правильный ответ: 891 272 руб.)

Матвеев Сергей Степанович 1.10.2022 года открыл депозит в банке, пополнив его на 500 000 руб., на 5 лет под 21 % годовых при ежеквартальном начислении процентов с капитализацией. Определить, какой доход он получит?

Решение:

Используем формулу сложных процентов

$$S = P \times (1 + i)^n$$

$$S = 500\,000 \times (1 + 0,21/4)^{5 \times 4} = 1\,391\,272 \text{ руб.}$$

Доход = 1 391 272 руб. – 500 000 руб. = 891 272 руб.

Задание 9.3 (правильный ответ: 22%)

Определить, под какую сложную процентную ставку необходимо положить 1 000 000 руб., чтобы через 5 лет на депозите было 3 000 000 руб. (если проценты начисляются ежемесячно)?

Решение: (правильный ответ: 22%)

Используем формулу сложных процентов

$$\begin{aligned}
 S &= P \times (1 + i)^n \\
 3\,000\,000 &= 1\,000\,000 \times (1 + i/12)^{5 \times 12} \\
 (1 + i/12)^{60} &= 3 \\
 1 + i/12 &= \sqrt[60]{3} \\
 i/12 &= \sqrt[60]{3} - 1 \\
 i &= (\sqrt[60]{3} - 1) \times 12 = 0.22
 \end{aligned}$$

Задание 9.4 (правильный ответ: 4 года и 2 месяца)

За сколько лет удвоится капитал в схеме сложных процентов по ставке 18 % годовых?

Решение:

Используем формулу сложных процентов

$$S = P \times (1 + i)^n$$

Исходя из задания, $S = 2P$

$$\begin{aligned}
 2P &= P \times (1 + 0.18)^n \\
 2 &= 1.18^n \\
 \ln 2 &= \ln 1.18^n \\
 \ln 2 &= n \times \ln 1.18 \\
 n &= \frac{\ln 2}{\ln 1.18} = 4.18 \text{ лет или 4 года и 2 месяца}
 \end{aligned}$$

Задание 9.5 (правильный ответ: наибольший NPV ожидается у 3 проекта – 298,8, соответственно, он представляется наиболее привлекательным)

Выбрать наиболее привлекательный инвестиционный проект. В таблице приведены сальдо денежных потоков от реализации проектов. Для реализации проектов привлекается заемный капитал под 18 % годовых.

Проект	2025	2026	2027	2028
1 проект	- 500	250	350	500
2 проект	- 400	200	500	300
3 проект	- 300	300	300	300

Решение

Определяем коэффициенты дисконтирования за каждый период по формуле

$$k_d = \frac{1}{(1 + r)^n}$$

Соответственно,

$$k_{d1} = \frac{1}{(1+0,18)^1} = 0,847$$

$$k_{d2} = \frac{1}{(1+0,18)^2} = 0,718$$

$$k_{d3} = \frac{1}{(1+0,18)^3} = 0,609$$

$$k_{d4} = \frac{1}{(1+0,18)^4} = 0,516$$

На втором этапе дисконтируем денежные потоки (умножая на коэффициент дисконтирования) и

определяем чистый дисконтированный поток по каждому проекту (методом суммирования дисконтированных денежных потоков)

Проект	2025	2026	2027	2028	NPV
коэффициент дисконтирования	0,847	0,718	0,609	0,516	
1 проект	-423,5	179,5	213,15	258	227,15
2 проект	-338,8	143,6	304,5	154,8	264,1
3 проект	-254,1	215,4	182,7	154,8	298,8

Наибольший NPV ожидается у 3 проекта – 298,8, соответственно, он представляется наиболее привлекательным.

Задание 9.6 (правильный ответ: 5 лет 5 мес)

Иванов Иван Иванович копит на машину, стоимостью 3 000 000 руб, откладывая с з/п по 30 000 руб. на депозит под 15 % годовых, проценты капитализируются ежемесячно. Через сколько лет Иванов накопит на машину своей мечты (без учета фактора инфляции)?

Решение

Используем формулу будущего аннуитета

$$FV = CF \times \frac{(1+i)^n - 1}{i}$$

$$(1+i)^n = \frac{FV \times i}{CF} + 1$$

$$n = \frac{\ln\left(\frac{FV}{CF} \times i + 1\right)}{\ln(1+i)}$$

$$n = \frac{\ln\left(\frac{3\,000\,000}{30\,000} \times \frac{0.15}{12} + 1\right)}{\ln\left(1 + \frac{0.15}{12}\right)} = 65.28 \text{ мес} = 5 \text{ лет } 5 \text{ мес}$$

Задание 9.7

Определить размер ежемесячного платежа по кредиту размером 300 000 рублей, выданного на 2 года под 22 % годовых, при ежемесячном начислении процентов.

Задание 9.8

Студент, занимающийся научной работой, ежемесячную стипендию (10 000 руб.), начиная с 1 сентября 2022, откладывает на депозит (проценты капитализируются ежемесячно, $r = 12\%$). Какая сумма будет на вкладе у студента к концу 2024 года?

Задание 9.9

Гражданин П. имеет 2 кредита, выплачивая ежемесячно по одному кредиту 5 000 руб. ($r = 16\%$, $n = 4$ года), по второму – 8 000 руб. ($r = 14\%$, $n = 3$ года). Кредитное бремя стало неподъемным для гражданина П., поэтому он намерен взять один новый кредит, чтобы погасить старые кредиты. Сколько лет гражданин будет выплачивать новый кредит ($r = 20\%$), если готов ежемесячно отдавать 10 000 руб.

Задание 9.10

Определить размер ежемесячного платежа по кредиту, размером 600 000 рублей, выданный на 3

года под 25 % годовых, при ежедневном начислении процентов.

Задание экзаменационного билета № 10

Задание 10.1 (правильный ответ: 2 233 единиц)

Менеджер компании рассматривает вопрос открытия производства нового вида продукции. Ожидается, что она будет иметь большой спрос. Переменные расходы на производство единицы продукции будут следующими: прямые материальные затраты – 30 руб., прямые трудовые затраты – 10 руб., вспомогательные материалы – 8 руб., коммерческие расходы – 6 руб., прочие расходы – 3 руб. Постоянные расходы за год: амортизация зданий и оборудования – 93 000 руб., расходы на рекламу – 55000 руб., прочие – 15000 руб. Компания планирует продавать продукцию по цене 130 рублей.

Рассчитать объем продукции, который должна продать компания, чтобы достичь порога рентабельности (безубыточной работы)

Решение:

Безубыточность достигается, когда доходы равны расходам

$$\begin{aligned}TC &= TR \\vc \times Q + FC &= Q \times p \\FC &= Q \times p - vc \times Q \\FC &= Q (p - vc) \\Q &= \frac{FC}{p - vc}\end{aligned}$$

$FC = 93\,000 + 55\,000 + 15\,000 = 163\,000$ руб.

$vc = 30 + 10 + 8 + 6 + 3 = 57$ руб

$$Q = \frac{163\,000}{130 - 57} = 2\,232,88 \approx 2\,233 \text{ ед.}$$

Задание 10.2 (правильный ответ: рентабельность активов возросла с 13,5 % до 15,7 %)

Исходные данные для анализа деятельности организации представлены в таблице. Как изменилась в динамике рентабельность активов?

Наименование показателя	2022 год	2023 год
Стоимость основных средств, тыс. руб.	3500	4000
Стоимость оборотных средств, тыс. руб.	1500	1700
Объем реализованной продукции, тыс. руб.	2500	3000
Объем реализованной продукции, шт.	7500	8200
Среднесписочная численность рабочих	65	58
Постоянные затраты, тыс. руб.	700	750
Удельные переменные затраты руб на ед.	150	165

Решение

$$\rho_{\text{активов}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Активы}} = \frac{\text{Выручка} - \text{Издержки}}{\text{Основные средства} + \text{Оборотные средства}}$$

Выручка = объем реализованной продукции (тыс. руб)

$$\begin{aligned} \text{Издержки} &= \text{Постоянные издержки} + \text{удельные переменные издержки} \\ &\times \text{объем реализованной продукции (шт.)} \\ \rho_{\text{активов (начало периода)}} &= \frac{2\,500\,000 - (700\,000 + 150 \times 7500)}{3\,500\,000 + 1\,500\,000} = 0,135 \text{ или } 13,5\% \\ \rho_{\text{активов (конец периода)}} &= \frac{3\,000\,000 - (750\,000 + 165 \times 8200)}{4\,000\,000 + 1\,700\,000} = 0,157 \text{ или } 15,7\% \end{aligned}$$

Задание 10.3

Исходные данные для анализа деятельности организации представлены в таблице. Как изменилась в динамике рентабельность производства?

Наименование показателя	2022 год	2023 год
Стоимость основных средств, тыс. руб.	3500	4000
Стоимость оборотных средств, тыс. руб.	1500	1700
Объем реализованной продукции, тыс. руб.	2500	3000
Объем реализованной продукции, шт.	7500	8200
Среднесписочная численность рабочих	65	58
Постоянные затраты, тыс. руб.	700	750
Удельные переменные затраты руб на ед.	150	165

Задание 10.4

Определите, чему равна точка безубыточности (объем производства, при котором предприятие покрывает свои издержки), если цена, по которой предприятие реализует свою продукцию равна 25 д.е., а функция издержек имеет следующий вид: $I=350 + 18Q$.

Задание 10.5

Объем реализации компании составляет 20 000 ед. продукции по цене 1200 руб. за ед., переменные затраты на единицу составляют 600 руб., постоянные затраты 1100 000 руб. Оцените порог рентабельности.

Задание 10.6

Определить рентабельность продаж и рентабельность продукции по данным, представленным в таблице

Наименование показателя	2022 год	2023 год
Выручка от продаж, тыс. руб.	3700	3000
Производственные издержки	3000	2300

Задание 10.7

Определить прибыль и рентабельность продаж рекламного агентства за месяц, если выручка за данный месяц составила 15 000 000 рублей. Операционные расходы включают следующие статьи: затраты на материалы – 2 000 000 рублей, заработная плата работников – 3 000 000 руб., социальные и страховые выплаты – 1 000 000 руб., аренда и обслуживание помещения – 7 000 000 руб., амортизационные отчисления – 400 000 руб.

Задание 10.8

ООО «Проспект» по итогам 2023 года показало следующие результаты:

выручка — 100 млн.руб.,
себестоимость продукции — 75 млн.руб.,
управленческие расходы — 5 млн.руб.,
коммерческие расходы — 7 млн.руб.,
средняя стоимость ОС — 60 млн.руб.,
средняя стоимость оборотных средств — 20 млн.руб.

Определить рентабельность активов, рентабельность продаж и рентабельность продукции.

Задание 10.9

Рекламное агентство расширяет продуктовый портфель, откатывает производство печатной продукции (блокноты). Переменные расходы на производство единицы продукции будут следующими: прямые материальные затраты – 50 руб., вспомогательные материалы – 20 руб., прочие расходы – 10 руб. Постоянные расходы за год: амортизация зданий и оборудования – 50 000 руб., расходы на рекламу – 40 000 руб., прочие – 20000 руб. Компания планирует продавать блокноты по цене 150 рублей.

Рассчитать объем продукции, который должна продать компания, чтобы достичь порога рентабельности (безубыточной работы)

Задание 10.10

Рекламное агентство расширяет продуктовый портфель, откатывает производство печатной продукции (блокноты). Переменные расходы на производство единицы продукции будут следующими: прямые материальные затраты – 50 руб., вспомогательные материалы – 20 руб., прочие расходы – 10 руб. Постоянные расходы за год: амортизация зданий и оборудования – 50 000 руб., расходы на рекламу – 40 000 руб., прочие – 20000 руб. Компания планирует продавать блокноты по цене 150 рублей.

Рассчитать рентабельность продаж и рентабельность продукции при объеме продаж 3 000 в год.

Задание экзаменационного билета № 11 (10 баллов)

1. Теории лидерства и их социально-психологический аспект
2. Формирование и развитие корпоративной культуры
3. Мотивация персонала: социально-психологический подход
4. Межличностные отношения в организации
5. Формирование и развитие команд
6. Эффективное коммуникативное взаимодействие в организации
7. Роль эмоций и эмоционального интеллекта в управлении
8. Конфликты в организации: социально-психологический анализ
9. Развитие социальных навыков у менеджера
10. Психологический комфорт в организации и его значения для продуктивности труда
11. Развитие профессионального самоопределения персонала
12. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на организационную культуру
13. Психологические аспекты решения трудовых конфликтов
14. Эмоциональное выгорание и пути его преодоления в менеджменте

15. Психология мотивации и стимулирование коллектива.

Задание экзаменационного билета № 15 (15 баллов)

1. Государственное, правовое и общественное регулирование рекламной и PR-деятельности.
2. PR-агентство: миссия, функции, услуги на рынке. Механизмы повышения конкурентоспособности.
3. PR-отдел: функции и обязанности.
4. PR-деятельность на рынке: специфика применения новых коммуникационных технологий.
5. PR-услуги: понятие и виды.
6. Спонсорство: понятие, виды. Условия повышения эффективности.
7. Фандрайзинг: понятие и характеристика.
8. Стратегии PR в бизнес-проектах: структура и виды.
9. Инновации в PR-деятельности: понятие, характер применения и тенденции
10. Организация и цели маркетингового исследования в области PR.
11. Особенности PR в средствах массовой информации.
12. Планирование и реализация PR-компаний.
13. Социальные PR-программы: проблемы эффективности.
14. Политический PR: технологии и инструменты.
15. Мерчендайзинг и PR-акции на местах продаж: понятие и цели.
16. Специфика организации и проведения PR-компаний на телевидении
17. Специфика организации и проведения PR-кампании на радио
18. Специфика организации и проведения PR- кампании в прессе
19. Специфика организации и проведения PR- кампании в Интернете
20. PR в социальных сетях: цели и технологии проведения
21. Программа PR-компаний (на примере коммерческой организации)
22. Применение PR-технологий в интегрированных маркетинговых коммуникациях
23. Планирование и организация PR-деятельности в общественной организации.
24. Имиджмейкинг: стратегия создания имиджа (на примере эстрадного исполнителя)
25. Стратегия и тактика повышения эффективности PR при формировании имиджа (на примере политика, предпринимателя, артиста)
26. Организация и оценка эффективности PR – мероприятий
27. Участие экспонента на Выставке: разработка стенда и коммуникации
28. Выставочно-ярмарочные мероприятия как форма маркетинговых коммуникаций
29. Презентация: понятие, виды, концепции мероприятий
30. Деловая программа выставки: пути повышения эффективности
31. Разработка плана PR-коммуникации
32. Креативные методы в разработке PR-коммуникации
33. Брендинг: пирамида бренда и коммуникационное поле бренда
34. Product Placement как технология PR-кампании: понятие, виды, особенности создания.
35. Применение Product Placement в игровом кино: проблемы эффективности.
36. Разработка креативной и коммуникационной стратегии в PR-программе.
37. Принципы выбора инструментов PR в медиастратегиях и порядок формирования
38. медиаплана.
39. Специфика PR-коммуникаций на рынках BtoB и BtoC.
40. Ребрендинг и рестайлинг: опыт применения на российском рынке.
41. Средства PR в продвижении товарного знака.
42. Разработка бренда: видение, миссия, ценности и т.д.
43. Выбор брендинговой стратегии по обеспечению роста капитализации компании
44. Создание высокоэффективной архитектуры корпоративного бренда
45. Использование корпоративного бренда для продвижения брендов товаров и услуг
46. Применение PR-технологий в Ambient media: цели, особенности, способы проведения
47. тренды
48. тренды

49. PR в технологиях партизанского маркетинга
50. Формирование паблисити в PR-стратегиях со СМИ
51. Директ-маркетинг: виды почтовых сообщений и особенности продвижения
52. Пресс-конференция и брифинг: способы эффективного проведения
53. Пресс-тур: цель и подготовка репортажа
54. Применение жанров журналистики в PR: статья, заметка, интервью, шоу-программа,
55. репортаж, обзор.
56. Форум и конференция: проблемы организации и проведения.
57. Фестиваль как инструмент PR.
58. Сравнительный анализ образовательных PR-мероприятий: семинар, ворк-шоп, мастер-класс, тренинг.
59. Способы применения PR в вирусном маркетинге.
60. PR и пропаганда: сходство и различие.
61. Роль СМИ в формировании общественного мнения, репутации фирмы
62. Подготовка фирменного стиля, бренд-бука, пресс-релизов и видео-релизов для СМИ.
63. Применение копирайтинга в PR-проекте: приемы создания концепций, слоганов и неймов.
64. Креативные технологии в PR-компаниях.
65. Флеш-моб как инструмент PR: виды и способы проведения.
66. Организация специальных событий для СМИ: необходимость и условия успешного проведения.
67. Роль PR в формировании корпоративной культуры.
68. PR-менеджер: статус, качества, портфолио

3. Рекомендуемая литература

1. Набоков, В. И. Менеджмент : учебник / В. И. Набоков. — Москва : Дашков и К, 2023. — 186 с. — ISBN 978-5-394-05385-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/315932>
2. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 336 с. — ISBN 978-5-394-03547-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277358>
3. Маслевич, Т. П. Экономика организации : учебник / Т. П. Маслевич ; под редакцией Е. Н. Косаревой. — Москва : Дашков и К, 2022. — 330 с. — ISBN 978-5-394-04736-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230054>
4. Трушина, Е. В. Маркетинг : учебник / Е. В. Трушина, О. О. Скрябин, А. А. Гудилин. — Москва : МИСИС, 2023. — 216 с. — ISBN 978-5-907560-70-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/360404> (дата обращения: 24.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Финансовая математика. Сборник задач : учебное пособие / И. М. Зайцев, О. О. Скрябин, А. С. Богачев, О. Е. Ломоносова. — Москва : МИСИС, 2023. — 64 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/360317>
6. Веснин, В.Р. Те Семенов, А. К. Теория организации : учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — Москва : Дашков и К, 2021. — 356 с. — ISBN 978-5-394-03854-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173997>
7. Николаева, М. А. Маркетинг : учебник / М. А. Николаева. — Москва : Дашков и К, 2023. — 364 с. — ISBN 978-5-394-05097-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/315923>
8. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 107 с. — ISBN 978-5-9765-4714-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/182761>

9. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2021. — 328 с. — ISBN 978-5-394-04207-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229592>
10. Коршикова, М. В. PR-менеджмент : учебное пособие / М. В. Коршикова. — Ставрополь : СтГАУ, 2018. — 92 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/141585>
11. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Академический Проект, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-8291-2933-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132505>
12. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 127 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-3970-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>.
13. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>.

Программу составил:

к.э.н., доцент, доцент каф РСИЛ

И.П. Михайлова