

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
"БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ"

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной работе

В.Р. Стемпицкий

2023 г.



**ПРОГРАММА**

вступительного экзамена в аспирантуру  
по специальности

08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»

Минск, 2023

Программа составлена на основании учебных планов по специальностям 1-28 01 01 «Экономика электронного бизнеса», 1-28 01 02 «Электронный маркетинг».

**СОСТАВИТЕЛИ:**

Л.И.Архипова, доцент кафедры экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент;

Т.Н.Беляцкая, заведующий кафедрой менеджмента учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», доктор экономических наук, профессор;

В.А.Пархименко, заведующий кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент

**РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № 14 от «22» мая 2023 г.)

Заведующий кафедрой экономики

В.А.Пархименко

Одобрена методической комиссией инженерно-экономического факультета учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № 9 от «31» мая 2023 г.)

Председатель методической комиссии ИЭФ

В.В.Панькова

## Раздел 1. Экономика

1. Сущность и предпосылки формирования рынка и рыночной экономики. функции рынка.
2. Рынок труда и механизм его функционирования. Цена труда. Номинальная и реальная заработная плата.
3. Рынок капитала. Спрос, предложение, цена.
4. Рынок природных ресурсов. Цена земли, земельная рента.
5. Макроэкономические показатели и национальные счета. Реальный и номинальный ВНП.
6. Критерии и показатели эффективности рыночной экономики, методы их определения.
7. Активы предприятия, понятия, классификация и источники их пополнения.
8. Методы оценки основных фондов и влияние уровня их использования на эффективность работы предприятия.
9. Амортизация основных фондов и особенности расчета амортизационных отчислений автомобильного транспорта.
10. Обоснования необходимости и методы расчета нормативов оборотных средств.
11. Показатели и пути улучшения использования оборотных средств предприятия. Влияния величины оборотных средств на эффективность работы предприятия.
12. Методы оценки уровня производительности труда и его влияние на эффективность работы предприятия.
13. Методы планирования себестоимости новых изделий в условиях рыночных отношений.
14. Налоги и отчисления, включаемые в себестоимость продукции.
15. Особенности ценообразования на новые изделия в условиях рыночных отношений.
16. Влияние спроса и предложения на уровень цен. Равновесная цена и причины, вызывающие ее изменение.
17. Система технико-экономических показателей оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
18. Формы организации производства и их влияние на эффективность работы предприятия.
19. Понятия производственной мощности предприятия и методы ее расчета.
20. Проблема определения экономической эффективности инвестиций.
21. Сущность экономической эффективности. Понятия полезных результатов, единовременных и текущих затрат.
22. Оценка эффективности инвестиционного проекта.
23. Учет факторов риска при принятии инвестиционных решений.
24. Расчет коэффициентов абсолютной и текущей ликвидности предприятия. Основания для признания предприятия неплатежеспособным, а структуру его баланса – неудовлетворительной.

25. Бизнес-план инвестиционного проекта: сущность, назначение, содержание. Показатели эффективности инвестиционного проекта.
26. Бизнес-план работы предприятия, обоснование его структуры. Планирование и анализ объемных и финансовых показателей.
27. Затраты на производство и реализацию продукции, их классификация. Себестоимость продукции, методы ее планирования и анализа.
28. Смета затрат: назначение, структура, характеристика и содержание частных смет.
29. Цифровая трансформация экономики. Электронная экономика.
30. Электронный бизнес и электронная коммерция.

## Раздел 2. Менеджмент

1. Понятие и содержание менеджмента. Взаимосвязь и различие управления и менеджмента.
2. Классификация и содержание видов и уровней управления.
3. Понятие и содержание миссии. Цели организации, их роль в управлении.
4. Виды и содержание целей.
5. Общая характеристика функций менеджмента, место категории «функции управления» среди основных категорий науки менеджмента.
6. Процесс работы управленческого аппарата по реализации функции планирования.
7. Оценка и анализ внешней и внутренней среды предприятия. SWOT-анализ деятельности организации.
8. Сущность и содержание функции организации.
9. Распределение обязанностей, прав, ответственности на предприятии как результат эффективного делегирования.
10. Мотивация как функция менеджмента: потребности, мотивы, стимулы вознаграждения.
11. Понятие и содержание функции контроля.
12. Понятие и содержание организационных методов менеджмента.
13. Состав и содержание распорядительных методов менеджмента.
14. Состав и содержание дисциплинарного воздействия в менеджменте.
15. Экономические методы менеджмента: инструментарий воздействия.
16. Роль и место социально-психологического воздействия в системе менеджмента.
17. Типы организационных структур управления и их общая характеристика.
18. Характеристика проектной структуры управления.
19. Матричные структуры управления.
20. Понятие и содержание управленческого решения.
21. Организационные коммуникации: проблемы, преграды и способы их совершенствования.
22. Инструменты индивидуальной и групповой работы менеджера.
23. Процесс найма персонала на работу.

24. Понятие и содержание управленческого труда. Объект, предмет и продукт труда.
25. Подготовка и организация проведения деловых совещаний.
26. Процесс и стадии проведения деловых переговоров.
27. Понятие и характеристика основных стилей руководителя.
28. Природа и методы управления конфликтной ситуацией.
29. Бизнес-процесс: понятие, виды, инструменты моделирования.
30. Управление проектами: сущность, методология, инструменты.

### Раздел 3. Маркетинг

1. Концепции управления маркетингом: сущность и особенности
2. Комплекс маркетинга 4Р: тактический и стратегический уровни.
3. Сущность и этапы процесса маркетинговых исследований. Источники информации в маркетинговых исследованиях. Виды маркетинговых исследований.
4. Микро- и макросреда. Характеристика основных элементов маркетинговой макросреды предприятия. Характеристика основных элементов микросреды предприятия.
5. Методы анализа микро- и макросреды предприятия. STEP-анализ.
6. Процессы принятия решения о покупке конечными потребителями и организациями-потребителями.
7. Лестница продвижения (buyer readiness stages): шесть стадий покупательской готовности. Клиентский опыт в маркетинге (CJM).
8. Маркетинговое понимание рынка. Основные виды рынков. Емкость и доля рынка. Рыночный потенциал.
9. Сегментирование, выбор целевых сегментов и позиционирование товара на рынке. Стратегии позиционирования. Построение карты позиционирования.
10. Стратегии охвата рынков, сегментов. Рыночная ниша и рыночное окно.
11. Конкурентоспособность предприятия. Ключевые факторы успеха.
12. Анализ конкурентоспособности товаров. Пирамида конкурентоспособности.
13. Конкурентные стратегии в маркетинге.
14. Жизненный цикл товара. Характеристика этапов жизненного цикла товара (ЖЦТ). Цели и задачи маркетинга на этапах ЖЦТ.
15. Товарная номенклатура. Товарный ассортимент. Управление товарным ассортиментом.
16. Бренд и брендинг.
17. Процесс разработки нового товара: этапы и их характеристика.
18. Цена в комплексе маркетинга. Факторы, влияющие на решения по ценам. Определение базового уровня цены.
19. Методы установления цены. Сравнение двух подходов к ценообразованию – рыночное и затратное ценообразование.

20. Распределение в комплексе маркетинга. Стратегии распределения. Уровни и участники каналов распределения. Основные функции канала распределения. Критерии выбора канала распределения.
21. Каналы распределения потребительских товаров и каналы распределения товаров производственного назначения.
22. Маркетинговые коммуникации. Модель процесса коммуникации (ф. Котлер). Модель AIDA. Каналы личной и неличной коммуникации. Критерии выбора каналов.
23. Процесс разработки стратегии (программы) коммуникаций: этапы и их характеристика. Бюджет маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности комплекса коммуникаций.
24. Продвижение в интернете. Характеристика основных каналов привлечения клиентов.
25. Реклама: понятие, сущность, классификация. Социальная реклама. Закон Республики Беларусь «О РЕКЛАМЕ».
26. Разработка рекламы и рекламной кампании. Рекламное сообщение. Решения о разработке сообщения: стиль обращения, тон, цвет, образы, слова, графика и др.
27. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Пресс-релиз. Особенности паблик рилейшнз в сети Интернет.
28. Личная продажа в продвижении товаров. Основные этапы личной продажи. Презентация товара в личной продаже.
29. Стимулирование продаж. Цели и методы стимулирования. Стимулирование покупателей, посредников, торгового персонала.
30. Уникальное торговое предложение (УТП).

## Литература

### К разделу 1

1. Экономическая теория: учебное пособие [доп. МО РБ] / под ред. А. В. Бондаря. – 2-е изд. – Минск : БГЭУ, 2014. – 254 с.
2. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики: учебник для вузов / Р. М. Нуреев. – 2-е изд. изм. – М. : Норма, 2001. – 572 с.
3. Лемешевский, И. М. Микроэкономика: основы микроанализа и белорусская практика: учебное пособие [рек. УМО РБ] / И. М. Лемешевский. – 6-е изд., перераб. – Минск : Мисанта, 2017. – 400 с.
4. Микроэкономика: учебное пособие [доп. МО РБ] / под ред. А. В. Бондаря, В. А. Воробьева. – 2-е изд. – Минск : БГЭУ, 2009. – 415 с.
5. Макроэкономика: учебник для студентов вузов [утв. МО РБ] / под ред. И. В. Новиковой, Ю. М. Ясинского. – Минск : ТетраСистемс, 2010. – 384 с.
- 2.1.1.6. Макроэкономика: учебное пособие [доп. МО РБ] / А. В. Бондарь [и др.]. – 2-е изд. – Минск : БГЭУ, 2009. – 415 с.
6. Ивашутин А. Л. Макроэкономика : учебное пособие [доп. МО РБ] / А. Л. Ивашутин. – Минск : Амалфея, 2008. – 340 с.

7. Грицай, А. В. Экономика организации (предприятия) : учебно-методическое пособие / А. В. Грицай. – Минск : БГУИР, 2020. – 150 с.
8. Бабук, И. М. Экономика промышленного предприятия : учебное пособие [доп. МО РБ] / И. М. Бабук, Т. А. Сахнович. – Минск ; Москва : Новое знание : ИНФРА-М, 2013. – 439 с.
9. Ермакова, Е. В. Экономика организации (предприятия) : пособие / Е. В. Ермакова. – Минск : БГУИР, 2020. – 72 с.
10. Русак Е. С. Экономика предприятия : ответы на экзаменационные вопросы / Е. С. Русак, Е. И. Сапёлкина. – 5-е изд., перераб. – Минск : ТетраСистемс, 2013. – 144 с.
11. Национальная экономика Беларуси : учебник для студентов вузов / под ред. В. Н. Шимова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск : БГЭУ, 2018. – 650 с.

#### К разделу 2

1. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд. – Москва : Вильямс, 2016. – 672 с.
2. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : электронный ресурс по учебной дисциплине : 1-40 05 01-02; 1-40 05 01-08. – Минск : БГУИР, 2015.
3. Володько, В. Ф. Основы менеджмента : учебное пособие [доп. МО РБ] / В. Ф. Володько. – 3-е изд. – Минск : Адукацыя і выхаванне, 2010. – 304 с.
4. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента : учебное пособие / Н. И. Кабушкин. – 11-е изд., испр. – Москва : Новое знание, 2009. – 336 с.
5. Феденя, А. К. Менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / А. К. Феденя. – 2-е изд. – Минск : ТетраСистемс, 2008. – 320 с.
6. Дафт, Р. Л. Менеджмент : учебник / Р. Л. Дафт. – 10-е изд. – СанктПетербург : Питер, 2016. – 656 с.
7. Сосновский Б. А. Психология руководителя : потребностно-смысловые аспекты : учебник для вузов / Б. А. Сосновский, Е. А. Лебедева. – Москва : Юрайт, 2023. – 185 с.
8. Водопьянова, Н. Е. Стресс-менеджмент : учебник для вузов / Н. Е. Водопьянова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 283 с.
9. Беляцкий, Н. П. Интеллектуальные техники менеджмента : учебное пособие [доп. МО РБ] / Н. П. Беляцкий, А. И. Максимчук. – Минск : Адукацыя і выхаванне, 2017. – 256 с.
10. Жданкин, Н. А. Инновационный менеджмент : учебник / Н. А. Жданкин. – Москва : КНОРУС, 2021. – 314 с.
11. Хайнц, М. Позитивный тайм-менеджмент : как успевать быть счастливым / М. Хайнц. – Москва : Альпина Пабlishер, 2019. – 128 с.
12. Креативный менеджмент : учебник / А. А. Степанов [и др.]. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К, 2019. – 252 с.

К разделу 3

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2019. – 496 с.
3. Основы маркетинга / Котлер Филип, Армстронг Гари, Вонг Вероника, Сондерс Джон. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2019. – 853 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – СПб. : Питер, 2018. – 848 с.
5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. – М. : Дашков и Ко, 2016. – 448 с.
6. Зарелла, Д. Интернет-маркетинг по науке: что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Дэн Зарелла ; пер. с англ. В. Степановой. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 192 с.
7. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для студентов вузов [утв. МО РБ] / И. Л. Акулич. – 7-е изд., перераб. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 525 с.
8. Глушаков, В. Е. Результативный маркетинг: как найти, создать и удержать клиентов компании : (конкретные решения приоритетных задач в белорусских реалиях) / В. Е. Глушаков. – Минск : Колоград, 2016. – 207 с.
9. Перцовский, Н. И. Маркетинг : краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Н. И. Перцовский. – М. : Дашков и Ко, 2018. – 140 с.
10. Райен, Д. Краткий курс интернет-маркетинга / Д. Райен, К. Джонс. – Москва : ШКИМБ, 2013. – 320 с.