

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Пермский национальный исследовательский
политехнический университет»
(ПНИПУ)**



УТВЕРЖДАЮ:

И.о. ректора,

председатель приемной
комиссии ПНИПУ

А.Б. Петроченков

«08» мая

2024 г.

ПРОГРАММА
вступительного испытания (междисциплинарного экзамена)
для поступающих в магистратуру
по направлению 38.04.01 «Экономика»

Обеспечивающее
подразделение

Передовая инженерная школа
«Высшая школа авиационного двигателестроения»

Пермь, 2024

Программа содержит перечень тем (вопросов) по дисциплинам профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика», вошедших в содержание билетов вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.01 «Экономика».

Составители:
д-р экон. наук, доцент



Е.Е. Жуланов

Программа рассмотрена и рекомендована к изданию на заседании ПИШ ВШАД от «07» мая 2024г., протокол № 5.

Руководитель ОПОП
«Цифровая экономика и организация
производства авиационной и ракетно-
космической техники»



Е.Е. Жуланов

Директор ПИШ ВШАД



Т.Р. Абляз

Введение

Программа предназначена для подготовки к сдаче вступительного испытания в магистратуру по профилю «Цифровая экономика и организация производства авиационной и ракетно-космической техники». Программа содержит перечень вопросов для подготовки к экзамену, список литературы, необходимой для подготовки к сдаче вступительного экзамена.

К сдаче вступительных испытаний допускаются лица в соответствии с Правилами приёма, установленными в ПНИПУ на следующий учебный год. Абитуриенты, сдающие вступительный экзамен, должны продемонстрировать глубокие теоретические знания в области направления подготовки 38.04.01 «Экономика», уметь логично и аргументировано излагать материал. Ответ должен быть точным, полно и глубоко раскрывающий суть вопроса. Раскрытие смежных тем приветствуется, но не может заменить полный ответ на поставленный вопрос.

**1. Дисциплины, включенные в программу вступительных
испытаний в магистратуру:**

**1.1. Профиль «Цифровая экономика и организация производства
авиационной и ракетно-космической техники».**

1.1.1. Экономика.

1.1.2. Менеджмент.

1.1.3. Маркетинг.

2. Содержание учебных дисциплин.

2.1. Профиль «Цифровая экономика и организация производства авиационной и ракетно-космической техники».

2.1.1. «Экономика».

Темы (вопросы):

1. Основной капитал предприятия, его классификации и структура.
2. Планирование и учет основных производственных фондов, виды стоимостной оценки.
3. Износ и амортизация основных фондов, методы начисления амортизации.
4. Показатели структуры и движения основных средств.
5. Понятие и расчет производственной мощности предприятия.
6. Показатели использования основных средств.
7. Понятие и сущность нематериальных активов, их особенности.
8. Понятие, состав, классификация и структура оборотных средств.
9. Нормирование оборотных средств.
10. Показатели использования оборотных средств.
11. Основные характеристики персонала предприятия.
12. Планирование и методы планирования численности персонала предприятия.
13. Понятие производительности труда, показатели, методы измерения, факторы роста.
14. Сущность заработной платы и основные формы оплаты труда.
15. Тарифная и бестарифная системы оплаты труда.
16. Понятие себестоимости продукции, классификация затрат на производство и реализацию продукции.
17. Смета затрат, состав и содержание элементов сметы.
18. Калькуляция себестоимости продукции, состав, классификация затрат в калькуляции.
19. Расчет переменных и постоянных затрат.
20. Понятие выручки, ее виды.
21. Понятие цены, дифференциация цен по стадиям ценообразования.
22. Понятие прибыли, формирование и распределение прибыли.
23. Определение и анализ безубыточности деятельности предприятия.
24. Показатели эффективности инвестиционных проектов.
25. Внешнеэкономическая деятельность предприятия и методы ее государственного регулирования.
26. Сущность и задачи финансового планирования.

27. Сметное планирование.
28. Прямые и косвенные налоги. Методы начисления косвенных налогов.
29. Налоги, включаемые в себестоимость продукции, их ставка и база налогообложения.
30. Налоги, относимые на финансовые результаты, их ставка и база налогообложения.

Литература для подготовки

1. Быкова Е.С., Ленина В.В., Шубина Н.Н. Экономика и организация производства на предприятиях машиностроения: учеб. пособие. – 2-е изд. перераб. и доп. – Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2013. – 264с.
2. Загородников С.В., Миронов М.Г. Экономика отрасли (машиностроение): Учебник. – М. ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005. – 320с.
3. Есипов А. В., Курашева Н. А., Гогоадзе М. Г. Внешнеэкономическая деятельность предприятий и ее регулирование в Российской Федерации: учебное пособие. Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2020. 125 с.;
4. Гореликова-Китаева О. Г. Экономика машиностроительного предприятия : учебное пособие. Оренбург : ОГУ, 2019. 153 с.;
5. Сурина Н. В. Экономика машиностроительного предприятия : учебное пособие. Москва : МИСИС, 2019. 45 с.
6. Гончарова Е. Б., Лаврентьев А. М. Экономика и управление машиностроительным предприятием : учебное пособие. Старый Оскол: ТНТ, 2022. 183 с.

2.1.2. «Менеджмент»

Темы (вопросы):

1. Менеджмент и его виды.
2. Социально-экономические факторы формирования менеджмента в России.
3. Функции и принципы менеджмента.
4. Внутренняя и внешняя среда организации.
5. Иерархия управления.
6. Цифровые технологии в работе менеджера.
7. Организация как объект менеджмента. Формальные и неформальные организации.
8. Современные концепции менеджмента.
9. Принятие управленческих решений.
10. Стратегическое и тактическое планирование.
11. SWOT-анализ в менеджменте.
12. Бенчмаркинг и его виды.

13. Миссия и цели организации.
14. Лидерство, власть, влияние.
15. Организационные структуры управления.
16. Мотивация. Потребности. Теории мотивации.
17. Контроль. Необходимость контроля. Процесс контроля.

Литература для подготовки

1. Веснин В. Р. Менеджмент : учебник. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Проспект, 2020. 613 с.;
2. Грушенко В. И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений : учебное пособие для вузов. Москва : ИНФРА-М, 2019. 288 с.;
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. 15-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. 844 с.;
4. Тебекин А. В. Теория управления : учебник для вузов. Москва : КНОРУС, 2020. 342 с.;
5. Теория организации (теория менеджмента) : учебное пособие для вузов / Москвитин Г. И., Астахова Н. И., Сысоева Е. В., Коваленко А. П. Москва : КНОРУС, 2020. 338 с.;
6. Бенчмаркинг : учебное пособие / сост. И.В. Логинова; Ульянов. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2021 – 156 с.

2.1.3. «Маркетинг»

Темы (вопросы):

1. Концепции маркетинга.
2. Принципы и функции маркетинга.
3. Влияние цифровой трансформации экономики на маркетинг.
4. Понятие рынка. Потребительский рынок. Рынок предприятий.
5. Сегментирование рынка.
6. Позиционирование товара на рынке.
7. Товар и товарная политика.
8. Жизненный цикл товара.
9. Виды маркетинговых стратегий.
10. Анализ и прогнозирование рынков.
11. Цена и ценовая политика. Ценообразование.
12. Товародвижение и сбытовая политика.
13. Розничная и оптовая торговля.
14. Маркетинговые коммуникации и политика продвижения.

Литература для подготовки

1. Шевченко Д. А., Пономарева Е. В. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство. Москва : Дашков и К, 2021. 371 с.

2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. 15-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. 844 с.
3. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / Скоробогатых И. И., Ефимова Д. М., Гринева О. О., Ивашкова Н. И. Москва : КНОРУС, 2020.
4. Очковская М. С., Рыбалко М. А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы : учебное пособие. 2-е изд., доп. Москва : Проспект, 2019. 175 с.

3. Порядок проведения вступительных испытаний

Вступительные испытания проводятся для поступающих на первый курс магистратуры ПНИПУ в виде письменного экзамена, с целью определения возможности поступающих осваивать основные образовательные программы магистратуры, ранжирования поступающих по уровню знаний и зачисления из числа поступающих, имеющих соответствующий уровень образования.

Процедура проведения вступительных испытаний осуществляется согласно положения о вступительных испытаниях и конкурсном отборе в магистратуру ПНИПУ от 26.02.2015г.

4. Определение результатов вступительных испытаний

Вступительные испытания оцениваются по стобальной шкале.

Определение результатов вступительных испытаний проводится согласно шкалы оценивания уровня знаний, представленной в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Шкала оценивания уровня знаний

Доля от максимального количества баллов за каждый вопрос билета	Уровень ответа на вопрос билета	Критерии оценивания уровня знаний по вопросам билета
100%	Максимальный уровень	Абитуриент правильно ответил на вопрос билета. Показал отличные знания в рамках поставленного вопроса.
80%	Средний уровень	Абитуриент ответил на вопрос билета с небольшими неточностями. Показал хорошие знания в рамках поставленного вопроса
50%	Минимальный уровень	Абитуриент ответил на вопрос билета с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания в рамках поставленного вопроса
0%	Минимальный уровень не достигнут	При ответе на вопрос билета абитуриент продемонстрировал недостаточный уровень знаний.

5. Дополнительная информация

Процедура перевода результатов государственной итоговой аттестации по направлениям подготовки 38.00.00 «Экономика и управление» в результат вступительного испытания в магистратуру, проводится только при оформлении заявления от абитуриента.

В качестве результата государственной итоговой аттестации принимается оценка выпускной квалификационной работы, которая засчитывается как результат вступительного испытания в магистратуру по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика», согласно таблицы 5.1.

Таблица 5.1 – Соответствие оценки выпускной квалификационной работы и результата вступительного испытания

Оценка выпускной квалификационной работы	Результат вступительного испытания, баллы
5 (отлично)	100
4 (хорошо)	80
3 (удовлетворительно)	50

Кроме того, в ходе вступительных испытаний дополнительно учитываются индивидуальные достижения поступающих за успехи в образовательной, научно-исследовательской и иной деятельности. Дополнительные баллы за индивидуальные достижения начисляются приемно-отборочной комиссией ПИШ ВШАД, но не более 25 баллов в сумме за все достижения. Указанные баллы начисляются поступающему, представившему документы, подтверждающие его индивидуальные достижения, до даты проведения вступительных испытаний. Перечень учитываемых индивидуальных достижений представлен в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Перечень учитываемых индивидуальных достижений

№ п/п	Индивидуальные достижения	Количество начисляемых баллов
1	<p>Наличие научных публикаций в периодических изданиях, индексируемых в наукометрических базах данных:</p> <p style="text-align: center;">Web of Science, Scopus РИНЦ входящих в список ВАК другие периодические издания по решению приемно-отборочной комиссии ПИШ ВШАД</p>	<p>от 15 до 25 баллов от 5 до 10 баллов от 10 до 15 баллов до 5 баллов</p>
2	Участие с докладами на Всероссийских и Международных конференциях.	до 10 баллов
3	Победители и призеры Всероссийских и Международных предметных олимпиад по направлению.	до 10 баллов
4	Победители и призеры конкурсов курсовых и дипломных проектов (работ) по направлению.	до 10 баллов
5	Другие достижения по решению приемно-отборочной комиссии ПИШ ВШАД.	до 5 баллов

6. Примеры экзаменационных билетов.

Передовые
инженерные
школы

 **пермский
политех**
ВЫСШАЯ ШКОЛА АВИАЦИОННОГО
ДВИГАТЕЛЕСТРОЕНИЯ

МИНОБРНАУКИ РФ
ФГАОУ ВО
«Пермский национальный
исследовательский политехнический
университет» (ПНИПУ)

ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ ИСПЫТАНИЯ
(междисциплинарный экзамен)
по направлению 38.04.01
«Экономика»
направленность (профиль)
программы магистратуры
«Цифровая экономика и
организация производства
авиационной и ракетно-космической
техники»

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ПИШ ВШАД
_____ Т.Р. Абляз
«__» _____ 20__ г.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

№	Вопрос/тестовое задание	Количество баллов
1.	Менеджмент и его виды	33
2.	Понятие маркетинга. Принципы и функции маркетинга	33
3.	Основной капитал предприятия, его классификации и структура	34