

**Пермский филиал федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»**

Вечерне-заочный факультет экономики и управления

**Программа
Государственного междисциплинарного экзамена по направлению
подготовки 38.03.02 Менеджмент**

Образовательная программа бакалавриата
«Менеджмент и бизнес-администрирование»

Специализация
«Практическое предпринимательство и проектный менеджмент»

УТВЕРЖДЕНА
протоколом ученого совета
НИУ ВШЭ – Пермь
от 21.11.2019 № 8.2.1.7-10/11

Разработчик	Сажина Александра Ильдаровна, старший преподаватель, департамент менеджмента
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	8
Самостоятельная работа (час.)	106
Образовательная программа, курс	5 курс, «Менеджмент и бизнес-администрирование»

г. Пермь, 2019 год

1. Цель, задачи

Государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент является составной частью блока «Государственная итоговая аттестация» (далее – ГИА) выпускников, завершающих обучение по образовательной программе бакалавриата «Менеджмент и бизнес-администрирование», и представляет собой государственное итоговое испытание, устанавливающее соответствие подготовки выпускников требованиям образовательного стандарта НИУ ВШЭ по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (далее – экзамен) является государственным экзаменом, который проводится по нескольким дисциплинам и (или) модулям образовательной программы бакалавриата «Менеджмент и бизнес-администрирование» (далее – образовательная программа), результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

Цель экзамена – проверка владения выпускниками необходимыми знаниями для осуществления основных видов профессиональной деятельности, предусмотренных образовательным стандартом НИУ ВШЭ по направлению 38.03.02 Менеджмент.

Задачи экзамена:

- проверка владения основными категориями и понятиями в области менеджмента;
- проверка владения фактическим материалом в области менеджмента;
- проверка владения знаниями основных методов, технологий и инструментария для их анализа в области менеджмента;
- проверка владения знаниями об основных тенденциях, закономерностях и особенностях в области менеджмента;
- проверка знаний необходимых для ведения научно-исследовательской деятельности;
- проверка знаний необходимых для ведения аналитической деятельности;
- проверка знаний необходимых для ведения культурно-просветительской деятельности.

К экзамену допускаются студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по образовательной программе.

2. Содержание

Экзамен проводится по нижеуказанным дисциплинам:

Раздел 1. Дисциплина «Теория и история менеджмента».

Тема 1. Эволюция управления как научная дисциплина.

Возникновение менеджмента как естественное следствие социально-экономического развития общества. Характеристики менеджмента, как науки управления (субъект, объект, предмет, цель и задачи).

Подходы к управлению на основе выделения различных школ: классическая школа менеджмента: научное управление (Ф. Тейлор), административная школа (А. Файоль), концепция бюрократии (М. Вебер); школа человеческих отношений (Э. Мэйо); поведенческие науки; наука управления или количественный подход;

процессный подход: функции процесса управления; системный подход; ситуационный подход.

Тема 2. Управление как вид деятельности.

Мастерство менеджера: концептуальные, человеческие и технические навыки. Роли менеджера по Г. Минцбергу. Уровни менеджмента в организации: низовой, средний, высший. Базовые компетенции менеджера.

Понятие организации. Модель 7-S (Том Питерс, Роберт Уотерман, Джульен Филипс). Модель шести ячеек Марвина Вайсборда. Управление социально-экономическими системами.

Внешняя организационная среда: общая (генеральная) среда, среда задач (функциональная среда), внутренняя среда. Общая среда: международное измерение, технологическое измерение, социокультурное измерение, экономическое измерение, законодательное (политическое) измерение. Среда задач: потребители, конкуренты, поставщики, рынок труда. Внутренняя организационная среда: цели и задачи, структура, технология, люди.

Жизненный цикл организации по И. Адизесу. Болезни роста по Филоновичу.

Планирование в организации. Последовательность планирования (по временным периодам, по сферам деятельности, по уровням и объектам управления). Постановка целей. Уровни целей и планов в организации. Краткосрочные и долгосрочные планы. Оперативные, тактические и стратегические планы. Иерархия целей. Понятие миссии. Подходы к планированию в условиях недостатка информации (соотношение рационального подхода и интуиции).

Взаимосвязь функции планирования с другими функциями управления. Цикл PDCA (цикл Э. Деминга).

Определение понятия «стратегический менеджмент». Основополагающая стратегия организации: стратегия роста, стратегия стабилизации, стратегия экономии. Корпоративная стратегия, матрица BCG. Стратегия бизнес единицы: конкурентные силы и стратегии М. Портера. Стратегия функционального уровня. Процесс стратегического менеджмента: от формулирования стратегии к внедрению, SWOT-анализ. Реализация и контроль стратегии.

Тема 3. Организационная функция менеджмента.

Понятие организационной структуры. Построение организационной структуры, распределение властных полномочий. Линейные и вспомогательные властные полномочия. Ответственность. Делегирование. Централизация и децентрализация полномочий. Норма управляемости. Преимущества и недостатки централизации и децентрализации полномочий. Вертикальные и плоские организационные структуры управления. Специализация труда. Традиционные типы организационных структур: линейная, функциональная, дивизиональная, матричная. Современные типы организационных структур: командный и сетевой подходы к организационной структуре. Достоинства и недостатки организационных структур различных типов. Взаимосвязь функции организации с другими функциями менеджмента.

Тема 4. Мотивация.

Мотивация внутренняя и внешняя. Взгляды современного менеджмента на роль человека в деятельности организации. Теория «Х» и теория «Y» Д. МакГрегора. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей Маслоу: достоинства и недостатки. Теория К. Алдерфера. Теория Д. МакКлелланда. Двухфакторная модель Ф. Герцберга. Процессуальные теории мотивации: Теория

справедливости (Дж. Адамс) и теория ожидания (В. Врум) как примеры процессуального подхода к анализу мотивации. Современные подходы к трудовой мотивации. Мотивационная теория подкрепления. Сложность построения комплексной теории мотивации. Удовлетворенность работой и мотивация. Взаимосвязь функции мотивации с другими функциями менеджмента.

Тема 5. Организационный контроль.

Объект организационного контроля. Этапы традиционного процесса контроля. Фокус организационного контроля: упреждающий контроль, сопутствующий контроль, контроль с обратной связью. Самоконтроль и контроль на уровне организации. Анализ результатов контроля. Корректирующее действие. Регулирование. Подходы к контролю качества: традиционный бюрократический контроль, децентрализованный контроль. Характеристики эффективного контроля по У. Ньюмену. Взаимосвязь функции контроля с другими функциями менеджмента.

Тема 6. Коммуникация.

Понятие «коммуникации». Коммуникации между людьми. Коммуникационный процесс в организации. Коммуникации между организацией и внешней средой. Виды организационных коммуникаций. Коммуникационные каналы, их емкость. Формальные коммуникации в организации: восходящие, нисходящие и горизонтальные. Невербальные коммуникации. Неформальные коммуникации в организациях: управление, основанное на выходах в народ, виноградная лоза. Барьеры при коммуникациях и их преодоление (по Р. Дафту). Роль информационных технологий в организационных коммуникациях.

Принятие решений как один из основных видов деятельности менеджера. Типы решений: программируемые и непрограммируемые. Модели принятия решений: классическая модель, административная модель. Этапы рационального принятия решений. Методы принятия решений: Количественные методы, Качественные методы. Индивидуальные стили принятия решения. Типы групповых решений, их достоинства и недостатки. Уровни участия подчиненных в принятии решений (В. Врум, А. Джаго). Психологические ловушки, связанные с принятием решений (Дж. Хэммонд, Р. Кини, Г. Райффа).

Тема 7. Лидерство.

Понятие лидерства. Лидерство и менеджмент. Типология власти по Р. Френчу и Б. Рейвену. Способы укрепления личной власти. Возможная избыточность власти и необходимость делегирования. Условия эффективного делегирования.

Теории лидерских качеств: Р. Стогдилл, У. Беннис.

Концепции лидерского поведения. Авторитарный, Демократический и Либеральный стили руководства. Континуум лидерского поведения по Р. Таннебауму и У. Шмидту. Исследования Мичиганского университета. Исследования университета штата Огайо. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутон. Ситуационные теории лидерства. Ситуационная модель руководства Фидлера. Модель ситуационного лидерства П. Херси и К. Бланшара. Теория «путь-цель» Р. Хауза и Т. Митчелла. Современные теории лидерства.

Тема 8. Корпоративная культура.

Понятие корпоративной культуры и ее определение. Подходы к описанию корпоративной культуры. Три уровня организационной культуры Э.Шайна. Характеристики организационной культуры по П. Харрису и Р. Морану. Оценка организационной культуры (OCAI) и использование результатов ее анализа

(К. Камерон и Р. Куинн). Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры. Национальные факторы в корпоративной культуре. Модель Г. Ховстеде.

Раздел 2. Дисциплина «Теория организации и организационное поведение».

Тема 1. Организация как система.

Предмет и задачи теории организации. Организация как система. Теория организации и ее место в системе научных знаний. Проблема определения организации. Основные характеристики организаций. Виды организаций (формальные – неформальные, открытые – закрытые, естественные – искусственные), социальная организация, хозяйственные организации, организация и управление. Специфические законы социальной организации. Закон синергии. Закон информированности – упорядоченности. Закон самосохранения. Закон единства анализа (синтеза). Закон развития. Законы композиции и пропорциональности. Субъекты организаторской деятельности.

Логика формирования организации. Истоки и границы роста иерархии. Разделение управленческого труда. Линейные и функциональные специалисты. Централизация управления. Линейно-штабная структура

Понятие «организационного поведения». Задачи и место курса в ряду других управленческих дисциплин. Междисциплинарный подход к изучению поведения людей в организации. Факторы организационного поведения: человеческий фактор, организационная структура, технология, внешняя среда изучения. Объект и предмет организационного поведения. Теоретические основы организационного поведения: когнитивный подход, бихевиористский подход, подход социального научения. Природа и характеристика организации. Стереотипы «человека работающего». Сегменты организационного поведения. Проблема диверсификации рабочей силы в организации: причины и характеристики. Управление диверсификацией в организации.

Тема 2. Человеческий фактор в социально-экономических системах.

Личность и её развитие в организации. Ценности. Природа, виды и формирование установок. Последствия установок в отношении труда. Функции и изменения установок. Удовлетворенность трудом и преданность организации как виды установок; их значение для организационного поведения.

Теории формирования группового поведения в организации. Базовые теории групп: теория близости; теория взаимодействия; теория равновесия; теория обмена. Этапы формирования групп. Типы групп. Характеристика групп. Формальные и неформальные группы. Ролевые представления членов команды. Сплоченность группы. Факторы, влияющие на сплоченность. Групповые нормы. Конформизм.

Тема 3. Информация как фактор экономической деятельности.

Коммуникативное поведение в организации. Типы коммуникаций. Основные элементы процесса коммуникаций.

Коммуникативные каналы и коммуникационные сети. Личностные сети и типы коммуникационных связей. Этапы коммуникативного процесса. Коммуникативные помехи и барьеры. Методы их преодоления. Вербальные и невербальные формы межличностного взаимодействия. Язык жестов и проблемы интерпретации коммуникативных актов. Коммуникативная функция руководства.

Тема 4. Мотивация.

Трудовая мотивация: модели, приемы, проблемы. Теории мотивации: модель ожидания, модель справедливости, модель атрибуции. Мотивация и результативность

организации. Целеполагание. Мотивационные типы и мотивационные классы. Варианты построения мотивационной политики. Подкрепление как важный мотивационный фактор. Типы, характеристика подкреплений.

Тема 5. Лидерство в организации.

Теории лидерства: теория лидерских черт, групповая теория лидерства и теория обмена, ситуационная теория лидерства, теория лидерства «путь-цель», теория харизматического лидерства, теория преобразующего лидерства. Лидерство и власть. Источники власти. Процессы ее реализации в организации.

Тема 6. Организационная сущность управления.

Типы управленческих отношений в организации. Ориентации руководителя: формализованные и персонализированные. Значение поведенческого диапазона в организационном управлении.

Понятие организационной культуры. Место организационной культуры в культурной структуре. Национальная культура. Модель Ховстеде. Структура организационной культуры по Э. Шайну. Классификация организационной культуры. Типологии организационной культуры. Методы поддержания организационной культуры.

Изменение организационной культуры. Варианты изменения поведения в рамках изменений организационной культуры. Корпоративные университеты.

Раздел 3. Дисциплина «Управление человеческими ресурсами».

Тема 1. Персонал предприятия как объект управления.

Классификация персонала. Современные концепции управления персоналом. Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием. Функциональное разделение труда, организационная структура и задачи службы управления персоналом. Система управления персоналом и ее основные элементы. Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом. Принципы управления персоналом

Тема 2. Кадровая стратегия организации.

Кадровая стратегия организации: виды, основные этапы построения, влияние внутренних и внешних факторов. Источники привлечения персонала: преимущества и недостатки. Основные этапы планирования трудовых ресурсов. Анализ кадрового потенциала. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Методы качественной оценки потребности в персонале. Методы количественной оценки потребности в персонале: математические и нематематические методы. Нормирование и основные виды норм.

Основные этапы процесса отбора персонала. Анализ анкетно-биографических данных, рекомендаций, послужного списка. Резюме. Собеседование (оценочное интервью): характеристика основных типов, этапы, техника проведения. Основные ошибки при проведении интервью. Психодиагностика (тестирование): преимущества и недостатки. Медицинское освидетельствование. Анализ результатов испытания. Принятие решения о найме. Трудовой договор (контракт). Подбор персонала и профессиональная ориентация персонала.

Основные факторы, влияющие на процесс адаптации. Характеристика основных этапов процесса адаптации. Виды адаптации в рамках организации. Адаптация на руководящей должности. Задачи руководителя по адаптации и ориентации персонала. Дезадаптация. Конфликты в коллективе. Мотивация

поведения в процессе трудовой деятельности. Мотивы и их основные виды. Стимулы и их основные формы. Принципы стимулирования труда. Системы оплаты труда персонала. Компенсационный пакет. Схема оплаты труда менеджеров и руководителей высшего звена. Поощрения для высококвалифицированных специалистов. Поощрения в масштабе всей организации.

Подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала. Модель систематического (непрерывного) обучения персонала. Определение потребности в обучении персонала. Определение затрат на обучение. Разработка учебных планов и программ. Характеристика основных форм и методов обучения, их преимущества и недостатки. Оценка результатов обучения. Планирование карьерного роста. Виды карьеры. Перемещение. Формирование и управление кадровым резервом.

Оценка персонала и аттестация. Система оценки результативности персонала. Основные этапы проведения оценки персонала. Аттестационная комиссия. Основные методы оценивания. Графические шкалы. Альтернативное ранжирование. 360 градусов. Парное сравнение. Самооценка. Принудительное распределение. Метод критического случая. Рейтинговые шкалы и проблемы работы с ними. Анализ результатов аттестации. Оценка эффективности управления персоналом.

Раздел 4. Дисциплина «Стратегический менеджмент».

Тема 1. Сущность стратегического управления.

Основные задачи стратегического менеджмента. Общая концепция стратегического управления. Этапы развития. Объекты стратегического управления. Непрерывность и цикличность процесса стратегического управления. Основные понятия стратегического менеджмента. Стратег. Миссия. Целевые установки. Цели. Основные различия между долгосрочным и стратегическим планированием.

Тема 2. Анализ производства и конкуренции.

Роль стратегического анализа в процессе разработки стратегии. Структура анализа (определение главных экономических характеристик промышленного развития; определение и оценка движущих сил; оценка силы конкуренции; оценка конкурентной позиции компании в отрасли; выявление ключевых факторов успеха). Ситуационный анализ организации. Оценка адекватности текущей стратегии. SWOT анализ. Стратегический стоимостной анализ. Оценка силы конкурентной позиции предприятия. Обобщение результатов анализа.

Основные типы конкурентных стратегий. Стратегия дифференциации. Стратегия низких издержек. Стратегия ниши. Стратегия и конкурентное преимущество. Использование наступательных стратегий для закрепления конкурентного преимущества. Выбор конкурента для атаки. Использование стратегий защиты и сохранения конкурентного преимущества. Стратегии вертикальной интеграции.

Концепция General Electric/McKinsey. Структура модели. Характеристика областей. Сильные и слабые стороны модели.

Тема 3. Формирование стратегического видения и миссии.

Особенности формирования. Заинтересованные стороны. Этапы формирования. Установление целей. Дерево целей. Этапы формулирования целей. Пирамида разработки стратегического плана. Взаимосвязь результатов стратегического анализа, миссии, целей и план мероприятий. Стратегические альтернативы. Идентификация и разработка. Стратегия бизнес-единицы. Стадии

разработки стратегии. Стратегия корпорации. Бизнес стратегии. Функциональные стратегии. Особенности разработки и взаимосвязи. Стратегия и техническая политика предприятия. Стратегия и организационная культура.

Общая схема процесса осуществления стратегии. Построение организации способной реализовать принятую стратегию. Привязка бюджетов к стратегии. Разработка политики и процедур поддержания стратегии. Системы поддержки процесса осуществления стратегии. Проектирование систем управления.

Синергизм и деловые способности компании. Концепция синергизма. Начальный и операционный синергизм. Симметрия и совместные эффекты. Невидимые активы. Стратегия и текущие ресурсы. Эффективное использование ресурсов. Эффективная аккумуляция ресурсов. Комбинаторные выгоды. Портфельные эффекты.

Раздел 5. Дисциплина «Маркетинг».

Тема 1. Введение в маркетинг.

Понятие маркетинга, основные определения. Эволюция концепций маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга, цели фирмы. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Маркетинговая среда предприятия. Микро и макро среда предприятия. Организация маркетинговой службы предприятия, ее функции.

Тема 2. Изучение поведения потребителей, модель принятия решений о покупке.

Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов, стратегия маркетинга. Позиционирование товара.

Тема 3. Товарная политика.

Товарная политика, цели и задачи. Товар в маркетинговой деятельности. Модель товара. Классификация товаров. Управление конкурентоспособностью товара. Управление жизненным циклом, типы ЖЦТ. Управление товарным ассортиментом.

Тема 4. Ценовая политика фирмы.

Ценовая политика фирмы, ее роль в комплексе маркетинга. Методы ценообразования. Выбор стратегии ценообразования.

Тема 5. Сбытовая политика.

Сбытовая политика в комплексе маркетинга. Товародвижение в комплексе маркетинга. Формирование каналов распределения, участники каналов распределения.

Тема 6. Коммуникации в комплексе маркетинга.

Комплекс средств продвижения товаров, его выбор. Реклама и ее роль, выбор средств рекламы. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Личные продажи, их особенности. Паблицити. PR.

Раздел 6. Дисциплина «Управление проектами».

Тема 1. Основные характеристики проекта.

Определение понятия «проект». Основные характеристики проекта. Базовые элементы управления проектом. Классификация проектов. Матрица целей и методов. Определение понятий «портфель» и «программа».

Определение понятия «окружающая среда проекта». Факторы внешней среды проекта. Факторы внутренней среды проекта. Основные участники проекта и их влияние на реализацию проекта.

Определение понятия «жизненный цикл проекта». Двухфазная структура жизненного цикла проекта. Четырехфазная структура жизненного цикла проекта.

Пятифазная структура жизненного цикла проекта. Десятифазная структура жизненного цикла проекта. Объединенная схема различных взглядов на жизненный цикл проекта.

Определение понятия «процесс». Типы процессов, выполняемые командой проекта. Сравнительный анализ групп процессов управления проектом и фаз жизненного цикла проекта. Определение основных пяти групп процессов управления проектом.

Определение понятия «инициация проекта». Основные составляющие группы процессов инициации. Способы описания продукта проекта. Составление стратегического плана проекта. Разработка критериев выбора проекта. Основные методы выбора проекта. Способы сбора исторической информации о проекте. Виды формальных результатов процесса инициации проекта. Определение понятия «допущение» и виды допущений в проекте. Определение понятия «ограничение» и виды ограничений в проекте.

Определение понятий «планирование» и «план проекта». Основные уровни планирования. Процессы планирования. Планирование целей и содержания проекта. Определение работ проекта. Календарное планирование. Планирование ресурсов. Планирование затрат и финансирования проекта. Создание плана проекта.

Определение понятия «организация исполнения проекта». Процедуры организации исполнения проекта.

Определение понятия «контроль исполнения проекта». Процедуры контроля реализации проекта. Требования к системе контроля. Принципы построения эффективной системы контроля. Виды процессов контроля проекта. Определение понятия «мониторинг». Определение понятий «корректирующие действия» и «управление изменениями проекта». Метод освоенного объема.

Определение понятия «завершение проекта». Процедуры процесса завершения проекта. Способы окончания проекта.

Определение понятия «система». Основные виды подсистем в управлении проектами. Связи подсистем управления проектами, базовых элементов и управляющих моделей.

Определение понятия «управление содержанием проекта». Дерево целей проекта. Принципы управления организацией проекта. Определение понятия «организационная структура проекта». Типы организационных структур проекта. Виды организационных структур проекта.

Определение понятия «управление продолжительностью проекта». Календарный график. Диаграмма Ганта. Определение понятия «Сетевая модель». Метод СРМ.

Определение понятий «риск» и «неопределенность». Методы определения вероятности наступления события. Классификация рисков. Управление рисками и их оценка. Методы оценки рисков проекта. Вероятностный анализ. Дерево решений. Методы снижения рисков.

Определение понятия «ресурс». Виды ресурсов проекта. Управление материально-техническим обеспечением проекта. Управление коммуникациями проекта. Управление персоналом проекта.

Определение понятия «управление стоимостью проекта». Виды оценок стоимости проекта. Определение понятия «бюджетирование». Виды бюджетов. Оценка выполнения бюджета.

Определение понятия «управление качеством проекта». Четыре ключевых аспекта качества. Три группы процессов управления качеством проекта.

3. Перечень вопросов, выносимых на экзамен

Раздел 1. Дисциплина «Теория и история менеджмента».

1. Характеристики менеджмента, как науки управления (субъект, объект, предмет, цель и задачи).
2. Подходы к управлению на основе выделения различных школ.
3. Роли менеджера по Г. Минцбергу.
4. Модель 7-S (Том Питерс, Роберт Уотерман, Джульен Филипс).
5. Модель шести ячеек Марвина Вайсборда.
6. Жизненный цикл организации по И. Адизесу.
7. Болезни роста по Филоновичу.
8. Вертикальные и плоские организационные структуры управления.
9. Теория «Х» и теория «У» Д. МакГрегора.
10. Иерархия потребностей Маслоу: достоинства и недостатки.
11. Теория К. Алдерфера. Теория Д. МакКлелланда.
12. Двухфакторная модель Ф. Герцберга.
13. Теория справедливости (Дж. Адамс).
14. Теория ожидания (В. Врум) как примеры процессуального подхода к анализу мотивации.

Раздел 2. Дисциплина «Теория организации и организационное поведение».

1. Виды организаций (формальные – неформальные, открытые – закрытые, естественные – искусственные), социальная организация, хозяйственные организации, организация и управление.
2. Специфические законы социальной организации.
3. Логика формирования организации.
4. Понятие «организационного поведения».
5. Факторы организационного поведения.
6. Стереотипы «человека работающего».
7. Проблема диверсификации рабочей силы в организации.

Раздел 3. Дисциплина «Управление человеческими ресурсами».

1. Удовлетворенность трудом и преданность организации как виды установок; их значение для организационного поведения.
2. Теории формирования группового поведения в организации.
3. Коммуникативное поведение в организации.
4. Вербальные и невербальные формы межличностного взаимодействия.
5. Трудовая мотивация: модели, приемы, проблемы.
6. Теория мотивации: модель ожидания.
7. Теория мотивации: модель справедливости.
8. Мотивация и результативность организации.
9. Теории лидерства.
10. Модель Ховстеде.
11. Структура организационной культуры по Э. Шайну.
12. Современные концепции управления персоналом.
13. Анализ кадрового потенциала.
14. Анализ результатов аттестации.

15. Оценка эффективности управления персоналом.

Раздел 4. Дисциплина «Стратегический менеджмент»

1. Основные задачи стратегического менеджмента.
2. Роль стратегического анализа в процессе разработки стратегии.
3. SWOT анализ.
4. Концепция General Electric/McKinsey.
5. Дерево целей.
6. Стратегия бизнес-единицы.
7. Проектирование систем управления.
8. Концепция синергизма.
9. Эффективная аккумуляция ресурсов.
10. Портфельные эффекты.

Раздел 5. Дисциплина «Маркетинг»

1. Эволюция концепций маркетинга.
2. Принципы, цели и задачи маркетинга, цели фирмы.
3. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.
4. Организация маркетинговой службы предприятия, ее функции.
5. Сегментирование рынка.
6. Товарная политика, цели и задачи.
7. Ценовая политика фирмы, ее роль в комплексе маркетинга.
8. Сбытовая политика в комплексе маркетинга.
9. Комплекс средств продвижения товаров, его выбор.

Раздел 6. Дисциплина «Управление проектами».

1. Основные характеристики проекта.
2. Базовые элементы управления проектом.
3. Классификация проектов.
4. Основные участники проекта и их влияние на реализацию проекта.
5. Жизненный цикл проекта.
6. Инициация проекта.
7. Виды формальных результатов процесса инициации проекта.
8. Процедуры процесса завершения проекта.
9. Дерево целей проекта.
10. Диаграмма Ганта.
11. Сетевая модель.
12. Метод СРМ.
13. Методы оценки рисков проекта.
14. Дерево решений.
15. Управление стоимостью проекта.
16. Управление качеством проекта.

4. Рекомендации обучающимся по подготовке к экзамену

Начать подготовку к экзамену необходимо с повторения пройденного материала по дисциплинам «Теория и история менеджмента», «Теория организации и организационное поведение», «Управление человеческими ресурсами», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Управление проектами» (далее – дисциплины).

При повторении изученного материала по дисциплинам необходимо тщательно изучить содержание каждой темы, указанные в разделе 2 «Содержание» настоящей

Программы и повторяют материал по дисциплинам с учетом содержания каждой темы, указанной в разделе 2 «Содержание» настоящей Программы.

Дополнительные рекомендации и разъяснения, консультации по вопросам, включенным в программу экзамена, а так же решение типовых заданий можно получить на предэкзаменационных консультациях.

5. Критерии оценки результатов сдачи экзамена

Экзамен проводится в письменной форме.

Экзаменационный билет включает 3 (три) экзаменационных задания:

Экзаменационное задание 1. Теоретический вопрос, предполагающий развернутый письменный ответ на один вопрос из трех дисциплин: «Теория и история менеджмента», «Теория организации и организационное поведение», «Управление человеческими ресурсами»;

Экзаменационное задание 2. Тестовые задания, состоящие из 60 вопросов с множественными вариантами ответов. Тестовые задания включают вопросы по следующим дисциплинам: «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Управление проектами»;

Экзаменационное задание 3. Практическое задание по дисциплине «Практическое предпринимательство», решение которого предполагает использование соответствующего инструментария (теорий, методов, моделей).

Экзаменационные билеты подписываются академическим руководителем образовательной программы и заверяются штампом факультета.

При проведении экзамена в письменной форме на экзамен выделяется не более 4 (четырёх) академических часов.

Оценивание знаний студентов по экзамену проводится в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации студентов образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», утвержденного ученым советом НИУ ВШЭ (протокол от 07.04.2017 № 04) и введенного в действие приказом НИУ ВШЭ от 20.04.2017 № 6.18.1-01/2004-08, где результаты любого из видов государственных аттестационных испытаний, включённых в состав ГИА, определяются оценками по пятибалльной и десятибалльной системам оценивания: «отлично» (8, 9, 10 баллов), «хорошо» (6, 7 баллов), «удовлетворительно» (4, 5 баллов), «неудовлетворительно» (0, 1, 2, 3 баллов)¹.

Критерии оценки за экзаменационное задание 1 (критерии оценки за экзамен):

Оценка ответа за теоретический вопрос определяется следующими критериями²:

Оценка «отлично» (10 баллов) – глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых управленческих процессов и явлений, твердое знание положений смежных менеджеральных дисциплин. Логически последовательный, содержательный, полный, правильный и конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое

¹ Система оценивания результатов государственных аттестационных испытаний аналогична системе оценивания результатов промежуточной аттестации, установленной Положением об организации промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости студентов НИУ ВШЭ.

² Оценки указаны в пятибалльной системе и в скобках по десятибалльной системе оценивания.

задание экзаменационного билета. Активное использование в ответе на вопрос инструментов анализа предпринимательской деятельности, материалов всей рекомендованной основной и дополнительной литературы.

Оценка «отлично» (9 баллов) – глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых управленческих процессов и явлений, знание положений смежных менеджериальных дисциплин. Логически последовательный, полный, правильный и конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Использование в необходимой мере в ответе на вопрос инструментов анализа предпринимательской деятельности, материалов всей рекомендованной литературы.

Оценка «отлично» (8 баллов) – глубокие знания всего программного материала, понимание сущности рассматриваемых управленческих процессов и явлений, знакомство с положениями смежных менеджериальных дисциплин. Логически последовательный, правильный и конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание билета. Использование в ответе на вопрос некоторых инструментов анализа предпринимательской деятельности, материалов рекомендованной литературы.

Оценка «хорошо» (7 баллов) – твердые и достаточно полные знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых управленческих процессов и явлений. Последовательный, правильный, конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Использование в ответе на вопрос некоторых инструментов анализа предпринимательской деятельности, отдельных материалов рекомендованной основной литературы.

Оценка «хорошо» (6 баллов) – твердые и достаточно полные знания материала, понимание сущности рассматриваемых управленческих процессов и явлений. Последовательный и правильный ответ на поставленный вопрос. Ссылки в ответе на вопрос на инструменты анализа предпринимательской деятельности, отдельные материалы рекомендованной основной литературы.

Оценка «удовлетворительно» (5 баллов) – знание и понимание основных вопросов программы. Правильный и конкретный, без грубых ошибок ответ на поставленный вопрос. Наличие отдельных ошибок при ответе на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Недостаточное использование в ответе на вопрос инструментов анализа предпринимательской деятельности, материалов рекомендованной литературы.

Оценка «удовлетворительно» (4 балла) – знание основных вопросов программы. Правильный, без грубых ошибок ответ на поставленный вопрос. Слабое использование в ответе на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета инструментов анализа предпринимательской деятельности и рекомендованной литературы.

Оценка «неудовлетворительно» (3 балла) – ответ содержит отдельные правильные мысли, но отсутствует логика изложения материала. Экзаменуемый путается в основном содержании инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) – ответ содержит отдельные правильные мысли, но в знаниях имеются существенные пробелы и курс в целом

не усвоен. Экзаменуемый путается в основном содержании инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «неудовлетворительно» (1 балл) – экзаменуемый не дает ответа на вопрос. Знания по предмету отсутствуют.

Оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) – экзаменуемый отказался отвечать. Знания по предмету не выявлены.

Критерии оценки за экзаменационное задание 2 (критерии оценки за экзамен):

Оценка ответов на тестовые задания выставляется по следующей шкале³:

Доля правильных ответов в тесте	Оценка по десятибалльной системе оценивания	Оценка по пятибалльной системе оценивания
От 95% до 100% правильных ответов	10 баллов	«отлично»
От 85% до 94% правильных ответов	9 баллов	«отлично»
От 75% до 84% правильных ответов	8 баллов	«отлично»
От 65% до 74% правильных ответов	7 баллов	«хорошо»
От 55% до 64% правильных ответов	6 баллов	«хорошо»
От 45% до 54% правильных ответов	5 баллов	«удовлетворительно»
От 35% до 44% правильных ответов	4 балла	«удовлетворительно»
От 25% до 34% правильных ответов	3 балла	«неудовлетворительно»
От 15% до 24% правильных ответов	2 балла	«неудовлетворительно»
От 5% до 14% правильных ответов	1 балл	«неудовлетворительно»
До 4% правильных ответов	0 баллов	«неудовлетворительно»

При выставлении оценки за тестовые задания используются правила арифметического округления.

Критерии оценки за экзаменационное задание 3 (критерии оценки за экзамен):

Оценка за практическое задание определяется по следующим критериям⁴:

Оценка «отлично» (10 баллов) – глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых управленческих процессов и явлений, твердое знание положений смежных менеджериальных дисциплин. Логически последовательный, содержательный, полный, правильный и конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Активное использование в ответе на вопрос инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «отлично» (9 баллов) – глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых управленческих процессов и явлений, знание положений смежных менеджериальных дисциплин. Логически последовательный, полный, правильный и конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Использование в необходимой мере в ответе на вопрос инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «отлично» (8 баллов) – глубокие знания всего программного материала, понимание сущности рассматриваемых управленческих процессов и явлений, знакомство с положениями смежных менеджериальных дисциплин.

³ Оценки указаны в десятибалльной и пятибалльной системе оценивания.

⁴ Оценки указаны в пятибалльной системе и в скобках по десятибалльной системе оценивания.

Логически последовательный, правильный и конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание билета. Использование в ответе на вопрос некоторых инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «хорошо» (7 баллов) – твердые и достаточно полные знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых управленческих процессов и явлений. Последовательный, правильный, конкретный ответ на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Частичное использование в ответе на вопрос некоторых инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «хорошо» (6 баллов) – твердые и достаточно полные знания материала, понимание сущности рассматриваемых управленческих процессов и явлений. Последовательный и правильный ответ на поставленный вопрос. Ссылки в ответе на вопрос на инструменты анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «удовлетворительно» (5 баллов) – знание и понимание основных вопросов программы. Правильный и конкретный, без грубых ошибок ответ на поставленный вопрос. Наличие отдельных ошибок при ответе на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета. Недостаточное использование в ответе на вопрос инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «удовлетворительно» (4 балла) – знание основных вопросов программы. Правильный, без грубых ошибок ответ на поставленный вопрос. Слабое использование в ответе на теоретический вопрос и практическое задание экзаменационного билета инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «неудовлетворительно» (3 балла) – ответ содержит отдельные правильные мысли, но отсутствует логика изложения материала. Экзаменуемый путается в основном содержании инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) – ответ содержит отдельные правильные мысли, но в знаниях имеются существенные пробелы и курс в целом не усвоен. Экзаменуемый путается в основном содержании инструментов анализа предпринимательской деятельности.

Оценка «неудовлетворительно» (1 балл) – экзаменуемый не дает ответа на вопрос. Знания по предмету отсутствуют.

Оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) – экзаменуемый отказался отвечать. Знания по предмету не выявлены.

Оценка за экзамен формируется на основе результатов выполнения экзаменационных заданий по следующей методике:

Оценки «отлично» (8, 9, 10 баллов), «хорошо» (6, 7 баллов), «удовлетворительно» (4, 5 баллов) означают успешное прохождение экзамена.

В случае получения оценки «неудовлетворительно» (0, 1, 2, 3 баллов) за одно экзаменационное задание из трех, по решению комиссии результирующая оценка за экзамен не может быть выше оценки «удовлетворительно» по пятибалльной шкале (5 баллов по десятибалльной шкале). При этом нижеуказанная формула итоговой оценки за экзамен не применяется.

В случае получения оценки «неудовлетворительно» (0, 1, 2, 3 баллов) за два экзаменационных задания из трех, по решению комиссии студент получает итоговую оценку «неудовлетворительно» за государственный междисциплинарный экзамен

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. При этом нижеуказанная формула итоговой оценки за экзамен не применяется.

Итоговая оценка за экзамен рассчитывается как среднее арифметическое оценок, полученных за каждое экзаменационное задание из 3 (трех) заданий (применяется для трех экзаменационных заданий с оценкой «удовлетворительно» (4 балла включительно и выше по десятибалльной системе)), по следующей формуле:

$$(Оценка за экзаменационное задание 1 + Оценка за экзаменационное задание 2 + Оценка за экзаменационное задание 3) / 3 = Оценка за экзамен$$

При выставлении оценки за экзамен используются правила арифметического округления.

По завершении экзамена локальная ГЭК на закрытом заседании обсуждает письменную работу студента (после соответствующей проверки) и выставляет каждому студенту согласованную итоговую оценку в соответствии с вышеуказанными критериями оценки.

В случае расхождения мнения членов локальной ГЭК по итоговой оценке на основе оценок, поставленных каждым членом локальной ГЭК в отдельности, решение локальной ГЭК принимается простым большинством голосов членов локальной ГЭК, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя локальной ГЭК. При равном числе голосов председатель обладает правом решающего голоса.

Обнаружение у студентов во время экзамена несанкционированных экзаменационной комиссией учебных и методических материалов, любых средств передачи информации (электронных средств связи) является основанием для принятия решения о выставлении оценки «неудовлетворительно» по результатам экзамена («0» по 10-балльной шкале), вне зависимости от того, были ли использованы указанные материалы (средства) при подготовке ответа.

Настоящая программа и экзамен исключают и не требуют использования электронных средств связи.

6. Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Студент имеет право подать апелляцию в виде письменного мотивированного заявления. Апелляция рассматривается специально созданной апелляционной комиссией (далее – АК).

Основанием для апелляции могут являться:

- нарушение, по мнению студента, установленной процедуры проведения экзамена;
- несогласие студента с результатами экзамена.

Порядок подачи и рассмотрения апелляции определяется Регламентом работы апелляционной комиссии для рассмотрения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации студентов образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», утвержденным приказом НИУ ВШЭ от 21.03.2019 № 6.18.1-01/2103-37, Положением о государственной итоговой аттестации студентов образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры

Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», введенным в действие приказом НИУ ВШЭ от 20.04.2017 № 6.18.1-01/2004-08.

7. Примеры оценочных средств

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

(для государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент образовательной программы бакалавриата «Менеджмент и бизнес-администрирование», направленность (профиль) «Практическое предпринимательство и проектный менеджмент»)

Экзаменационное задание 1. Теоретический вопрос по дисциплине «Теория и история менеджмента»:

Менеджер в организации: его компетенции, роли (Г. Минцберг) и функции.

Экзаменационное задание 2. Тест по дисциплинам «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Управление проектами» на отдельном бланке.

Экзаменационное задание 3. Практическое задание по дисциплине «Практическое предпринимательство». Текст практического задания приложен на отдельном бланке.

Экзаменационное задание 2. Тестовые задания по дисциплинам «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Управление проектами»

1. Стратегия это:

- a) программа достижения конкурентного преимущества на целевых рынках.
- b) комплекс принимаемых менеджментом решений по размещению ресурсов предприятия и достижению конкурентных преимуществ на целевых рынках.
- c) определение основных заинтересованных групп, потребности которых стремится удовлетворить предприятие.
- d) программа достижения конкурентного преимущества на целевых рынках и определение основных заинтересованных групп, потребности которых стремится удовлетворить предприятие.

2. Стратегическая бизнес-единица – это:

- a) штабной отдел, где разрабатываются стратегические планы.
- b) подразделение компании, ориентированное на будущее.
- c) подразделение компании, занимающееся достаточно четко установленным бизнесом со своими стратегическими целями и задачами.
- d) подразделение, специализирующееся на выполнении определенных функций.

3. Общая схема принятия стратегических решений в компании включает ряд этапов. Выберите из приведенных вариантов последовательности этих этапов, правильный.

- a) 1. Внутренний анализ. 2. Формирование набора стратегических альтернатив. 3. Анализ внешней среды. 4. Конкретный выбор стратегии с оценкой рисков.
- b) 1. Анализ внешней среды. 2. Внутренний анализ. 3. Формирование набора стратегических альтернатив. 4. Конкретный выбор стратегии с оценкой.
- c) 1. Внутренний анализ. 2. Анализ внешней среды 3. Конкретный выбор стратегии с оценкой рисков 4. Формирование набора стратегических альтернатив.
- d) 1. Формирование набора стратегических альтернатив. 2. Внутренний анализ. 3. Анализ внешней среды 4. Конкретный выбор стратегии с оценкой рисков.

4. Исходя из определения понятия «стратегия организации», стратегическое управление – это:

- a) процесс формулирования миссии и целей организации, выбора специфики стратегий для определения и получения необходимых ресурсов и их распределение с целью эффективной работы организации в будущем.
- b) обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей организации путем координации и распределения ресурсов в долгосрочной перспективе.
- c) процесс, определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии, включающей в себя постановку целей, выработку стратегии и определение необходимых ресурсов.
- d) все ответы верны.

5. Цели деятельности фирмы и цели маркетинга:

- a) абсолютно идентичны.
- b) совершенно различны.
- c) частично взаимосвязаны.
- d) тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом.

6. Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо – это:

- a) Спрос.
- b) Потребность.
- c) Нужда.
- d) Товар.

7. Сегментирование – это:

- a) действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленного на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.
- b) разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга.
- c) это деятельность по привлечению и удержанию клиентов.
- d) это формирование образа компании в глазах определенной группы покупателей.

8. К ключевым участникам проекта можно отнести:

- a) Менеджер проекта.
- b) Инвестор.
- c) Инициатор.
- d) Контрактор.

9. Что такое «веха»?

- a) дата в ходе осуществления проекта, которая используется для отражения начала тех или иных работ.
- b) событие/дата в ходе осуществления проекта, которая используется для отражения завершения тех или иных работ.
- c) конечное событие всего проекта.
- d) начальное событие проекта.

10. Если планируемый проект является разовым для организации, то рекомендуется использовать

- a) выделенную структуру.
- b) управление по проектам.
- c) структуру всеобщее управление проектами.
- d) двойственную структуру.

Экзаменационное задание 3. Практическое задание по дисциплине «Практическое предпринимательство».

Room VnB – открывайте мир вместе с нами

Что такое Room VnB?

Room VnB это стартап, который был основан в 2013 году. Room VnB – это безопасная и надежная он-лайн платформа, на которой можно сдать, найти и забронировать жилье. Путешественники имеют возможность забронировать жилье с полноценного сайта, или мобильных приложений для iOS и Android.

Room VnB на текущий момент работает в 10 странах, в основном в Европе и Северной Америке. На он-лайн площадке представлено жилье разной категории от комнат и квартир до замков и вилл и разного ценового диапазона.

С одной стороны платформа позволяет собственникам жилья разместить свои предложения на сайте и заработать дополнительный арендный доход. С другой стороны, Room VnB предлагает путешественникам уникальные впечатления от путешествий, позволяя останавливаться у местных хозяев, экономить деньги и ощутить весь местный колорит.

Основные ценности Room VnB:

- Возможность размещения собственниками жилья своих предложений на сайте и дополнительный заработок в виде арендного дохода;
- Предоставление страховки на размещенные на сайте варианты размещения;
- Выбор для путешественников дешевых предложений жилья у местных хозяев;
- Фасилитация бронирования жилых объектов путешественниками;
- Система рейтингов и отзывов о хозяевах и гостях.

Клиенты Room VnB

1) Местные хозяева:

Местные хозяева – это люди, которые владеют собственностью и хотят заработать дополнительный доход путем сдачи своих квартир в краткосрочную аренду. Они могут создать профайл для своего объекта на платформе Room VnB, добавить детали проживания, назначить цену аренды, время заезда-выезда и так далее. Хозяева имеют право одобрять/отклонять бронирование того или иного путешественника после прочтения отзыва о нем или просмотрев его профайл /в социальной сети.

2) Путешественники:

Путешественники – это люди, которые бронируют жилье у местных хозяев. Для путешественников включен поиск объектов и их фильтрация по цене, предоставляемым удобствам, место положению и так далее. Путешественники могут забронировать жилье, оплатив через Room VnB платформу.

3) Фотографы:

В каждом городе, где работает Room VnB, компания нанимает фотографов-фрилансеров, которые фотографируют каждый объект перед размещением на платформе. Высококачественные фотографии увеличивают привлекательность объектов и конверсию по бронированию. Работа фотографов оплачивается напрямую Room VnB.

Как работает Room VnB?

1. Местные хозяева размещают информацию о своей недвижимости на платформе Room VnB.
2. Room VnB посылает профессионального фотографа на объект, чтобы сделать высококачественные фотографии.
3. Путешественники заходят на сайт Room VnB, ищут жилье в городе, который планируют посетить.
4. Бронирование осуществляется на сайте Room VnB где путешественник оплачивает сумму аренды, запрашиваемую местным хозяевом, а также комиссию за транзакцию.
5. Местный хозяин одобряет бронирование. Путешественник останавливается в объекте размещения и Room VnB перечисляет хозяину объекта сумму аренды.
6. После проживания хозяин и путешественник могут поставить друг другу оценку (рейтинг) и написать отзыв.

Как Room VnB зарабатывает деньги?

Room VnB предлагает бесплатное размещение информации о жилье местного хозяина и предлагает путешественникам искать зарегистрированные объекты согласно их нуждам и потребностям.

Бизнес модель Room VnB такова, что денежные расчеты осуществляются на платформе. Отсюда компания получает свою выручку из 2 источников.

Комиссия с владельцев жилья (Местные хозяева): сумма комиссии составляет 10% с каждого бронирования через систему Room VnB.

Комиссия за транзакцию с гостей (Путешественников): сумма комиссии составляет 3% от суммы аренды, взимаемая с каждого подтвержденного бронирования.

Как Room VnB находит клиентов?

Клиентом компании является каждый с кого компания получает часть своей выручки. Это может быть местный хозяин, предлагающий свое жилье в аренду или это может быть путешественник, который бронирует объект.

Основными источниками, через которые приходят клиенты являются:

- Соцсети;
- «Сарафанное радио»;
- Интернет-продвижение;
- Промоакции;
- Партнерская программа (рекомендация и комиссия за сделку с новым клиентом, рекомендация другу)

Проблемы, с которыми сталкивается компания.

- Проблема доверия

Основная проблема, с которой сталкивается компания со стороны путешественников и местных хозяев, это фактор доверия. Действительно, сдавать жилье/часть своего жилья незнакомцам как хозяин и жить с незнакомцами в их квартире как путешественник это может быть непросто. Но Room VnB проводит процесс верификации каждого хозяина жилья и каждого путешественника на своей платформе. Кроме верификации, Room VnB мотивирует людей регистрироваться на платформе с помощью своего Facebook аккаунта или хотя бы с помощью своего Room VnB аккаунта для большей прозрачности и безопасности. Кроме того, если что-то идет не так, компания имеет свою систему страхования.

- **Удержание путешественников.**

Другая проблема, с которой сталкивается Room VnB, это удержание путешественников. Для того чтобы расти, компании необходимо чтобы путешественники выбирали платформу снова и снова, отказываясь от проживания в отеле. Для удержания путешественников, Room VnB предлагает скидки, промокоды и дополнительные бонусы постоянным путешественникам. Компания также делает рассылку хозяевам жилья со скидками, чтобы мотивировать их провести отпуск в любимом месте, используя платформу Room VnB в качестве путешественника.

Планы на будущее и российский рынок аренды жилья.

На текущий момент времени компания работает в 10 странах. В основном покрытие – это страны Европы и Северная Америка (США, Канада).

В долгосрочной перспективе компания собирается выходить на мировой рынок и планирует быть представленной в каждой точке земного шара, интересной для путешественников.

В краткосрочной перспективе, компанию интересует вхождение на российский рынок, который интересен как для внутреннего так и для внешнего туризма.

Рынок посуточной аренды квартир и коттеджей в России оценивается примерно в \$4,2 млрд. Через интернет арендуется не более 15% всех квартир и коттеджей. На рынке уже присутствует 4 конкурента Room VnB и по оценкам экспертов при заходе на российский рынок новой компании, емкость рынка не увеличится. Компании Room VnB удастся захватить не более чем 3% всего рынка аренды жилья через интернет.

Согласно тарифной политике Room VnB, комиссии с владельцев жилья и путешественников будет едины для всех стран присутствия компании, в том числе и России.

Вопросы:

1. Нарисуйте и объясните бизнес-модель компании Room VnB, используя 9 элементов бизнес-модели канвас (по Остервальдеру).

2. Используя данные из кейса оцените потенциальный рынок Room VnB в России (TAM, SAM, SOM).

3. Принимая во внимание объемы рынка Room VnB в России, возможно ли компании привлечь на данный проект средства от венчурного инвестора в размере 1 млн. \$ за 10% от компании Room VnB? Какие особенности венчурного инвестора стоит учесть компании и почему? Обоснуйте ваш ответ.

8. Ресурсы

Перечень рекомендуемых источников и литературы для подготовки к экзамену:

а. Рекомендуемая основная литература для подготовки к экзамену.

№п/п	Наименование
1	Коргова, М.А. Менеджмент. Управление организацией: учебное пособие для среднего профессионального образования / М.А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12330-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/447359 (дата обращения: 14.11.2019).
2	Петров, А.Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата / А.Н. Петров; ответственный редактор А.Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 349 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02082-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/434647 (дата обращения: 14.11.2019).
3	Петров, А.Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 2: учебник для академического бакалавриата / А.Н. Петров; ответственный редактор А.Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 299 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02084-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/434648 (дата обращения: 14.11.2019).
4	Мкртычян, Г.А. Организационное поведение: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.А. Мкртычян. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 237 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8789-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433912 (дата обращения: 14.11.2019).
5	Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О.А. Лапшовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 406 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433053 (дата обращения: 14.11.2019).
6	Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 507 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425854 (дата обращения: 14.11.2019).
7	Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата / М.Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 559 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/431782 (дата обращения: 14.11.2019).

8	Зуб А.Т. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.Т. Зуб. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/432818 (дата обращения: 14.11.2019).
---	--

б. Рекомендуемая дополнительная литература для подготовки к экзамену.

№п/п	Наименование
1.	Управление проектами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А.И. Балашов, Е.М. Рогова, М.В. Тихонова, Е.А. Ткаченко; под общей редакцией Е.М. Роговой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433304 (дата обращения: 14.11.2019).
2.	Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т.А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/442203 (дата обращения: 14.11.2019).
3.	Фролов Ю.В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю.В. Фролов, Р.В. Серышев; под редакцией Ю.В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 154 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/437776 (дата обращения: 14.11.2019).
4.	Управление человеческими ресурсами: учебник для вузов / И.А. Максимцев [и др.]; под редакцией И.А. Максимцева, Н.А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/446580 (дата обращения: 14.11.2019).
5.	Менеджмент: учебник для вузов / Ю.В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю.В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/432933 (дата обращения: 14.11.2019).
6.	Коротков Э.М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э.М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433680 (дата обращения: 14.11.2019).

с. Программное обеспечение.

№п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1	Adobe Acrobat Reader DC	Свободно-распространяемое программное обеспечение
2	Microsoft Office PowerPoint 2010	Из внутренней сети университета (договор)
3	Microsoft Office Word 2010	Из внутренней сети университета (договор)

d. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Электронно-библиотечные ресурсы	По подписке НИУ ВШЭ

е. Материально-техническое обеспечение.

При подготовке к экзамену используется компьютерное и мультимедийное оборудование.

9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты сдачи экзамена с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

а. *для лиц с нарушениями зрения:* в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

б. *для лиц с нарушениями слуха:* в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

с. *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:* в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.