

**РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ВОПРОСЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В
АСПИРАНТУРУ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

**08.00.05 - «ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ
И ЕГО ОТРАСЛЯМИ»**

Утверждено

Кафедрой экономики и финансов
Кафедрой экономической теории и проблем экономики переходного
периода

протокол № 03-17 (от 08.02.2017)

Зав. кафедрой



Э.М. Сандоян

Зав. кафедрой



М.А. Восканян

Ереван, 2017

I. Микроэкономика, Макроэкономика

1. Функция полезности. Монотонные преобразования. Функции полезности Кобба-Дугласа.
2. Ломаные предпочтения. Понятие краевого оптимума. Случай более чем одного касания. Потребительский выбор в случае товаров-субститутов, товаров-комплементов, безразличных благ и антиблаг. Оптимальный выбор в случае вогнутых предпочтений и предпочтений Кобба-Дугласа. Выбор налогов.
3. Кривые «доход-потребление» и кривые Энгеля (общий случай, случай совершенных субститутов и совершенных комплементов, предпочтений Кобба-Дугласа, гомотетичных и квазилинейных предпочтений).
4. Кривая «цена-потребление» и кривая спроса (общий случай, случай совершенных субститутов и совершенных комплементов, дискретных товаров).
5. Выявленные предпочтения. Реконструирование предпочтений. Слабая аксиома выявленных предпочтений. Сильная аксиома выявленных предпочтений.
6. Математическое изложение максимизации полезности потребителя.
7. Математическое изложение оптимума потребителя.
8. Математическое изложение предельной нормы замещения и предельная полезность дохода. Тождество Роя.
9. Двойственность в теории потребления на примере функции полезности Кобба-Дугласа.
10. Математическое изложение эффекта дохода и эффекта замещения. Уравнение Слуцкого. Эффект дохода и эффект замещения по Хиксу.
11. Математическое изложение минимизации издержек производителя. Выявленная минимизация издержек. Слабая аксиома минимизации издержек.
12. Математическое изложение предельной нормы технологического замещения и двойственности в теории производства и издержек.
13. Математическое изложение двойственности в теории производства и издержек на примере производственной функции Кобба-Дугласа.
14. Монополии. Чистая монополия. Предельный доход в условиях монополии. Решение монополиста относительно объема производства при максимизации прибыли.
15. Решение об оптимальном объеме производства фирмой-монополией, имеющей несколько предприятий. Смещения кривой спроса монополии. Налогообложение при наличии монопольной власти.
16. Преимущество первого хода – модель Штакельберга.
17. Ценовая конкуренция. Ценовая конкуренция в случае однородных товаров – модель Бертрана. Ценовая конкуренция в случае дифференцированных товаров.
18. Модели поведения олигополистов: ломаная кривая спроса и ценовое лидерство.
19. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филлипса в краткосрочном периоде: выбор между инфляцией и безработицей. Адаптивные, статические и рациональные ожидания. Долгосрочная кривая Филлипса. Отрицательные последствия дефляции.
20. Деловые циклы и макроэкономическая политика. Фазы делового цикла. Проциклические, антициклические и ациклические макроэкономические показатели. Опережающие, отстающие и сопутствующие показатели.
21. Современные модели потребления: теория жизненного цикла Модильяни, теория постоянного дохода Фридмена.
22. Random-walk hypothesis по Холлу. Q-теория инвестиций Дж. Тобиана.
23. Стабилизационная политика государства. Критика Лукаса. Дискреционная политика или политика по правилам: аргументы за и против.
24. Рынок благ и его равновесие. Модель IS. Построение модели с помощью «кейнсианского креста». Смещение линии IS. Факторы, воздействующие на смещение кривой IS.

25. Равновесие на рынке денег, модель LM. Построение модели с помощью модели денежного рынка. Сдвиги LM. Факторы, воздействующие на смещение кривой LM. Эффект падения цен.

II. Экономика фирмы

26. Понятие фирмы, цели и миссия фирмы.
27. Организационно-правовой статус фирмы.
28. Стратегии развития фирмы. Анализ среды, в которой действует фирма.
29. Планирование деятельности фирмы. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы.
30. Издержки производства, классификация. Себестоимость продукции и методы калькулирования себестоимости.
31. Образование и распределение прибыли. Норма прибыли, факторы ее увеличения. Закон тенденции нормы прибыли к понижению.
32. Источники финансирования фирмы.
33. Управление рисками фирмы. Классификация рисков. Риск-менеджмент как вид деятельности.
34. Управление оборотным капиталом фирмы. Политика управления оборотными активами. Стратегия финансирования оборотных средств. Модели оптимального управления запасами.
35. Финансовое оздоровление и банкротство организаций.
36. Анализ реального финансового состояния предприятия: показатели рентабельности, ликвидности, потока наличности.
37. Финансовый и операционный рычаг и их роль в управлении финансовой деятельностью предприятия.
38. Инновационные процессы и источники их финансирования.
39. Управление инновационной деятельностью. Разработка и реализация инновационных проектов: основные этапы и методы их реализации.
40. Управление инновационными процессами.
41. Инвестиционная политика предприятия.
42. Формирование портфеля финансовых инвестиций предприятия.
43. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия.
44. Влияние внешних факторов на эффективность финансового менеджмента фирмы: инфляционных процессов, налогообложения, динамики процентных ставок, курса валюты.

III. Менеджмент

45. Эволюция управленческой мысли.
46. Внешняя и внутренняя среда организации.
47. Функция планирования в управленческом процессе.
48. Организация как функция управления.
49. Мотивация как функция управления.
50. Сущность контроля и его место среди прочих функций управления.
51. Коммуникации и их роль в управлении.
52. Принятие управленческих решений и организация их выполнения.
53. Сущность и особенности стратегических решений, их роль в функционировании и развитии компании. Уровни стратегического управления.
54. Стратегический план: основные этапы формирования.
55. Стратегические цели фирмы.

56. Стратегии позиционирования компаний.
57. Корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии.
58. Стратегические направления развития бизнеса, определенные матрицей И. Ансоффа.
59. Методы стратегического анализа (PEST-анализ, модели цепочки ценности и пяти сил М. Портера, SWOT-анализ, анализ разрывов, бенчмаркинг).
60. Анализ конкуренции на основе модели 5 сил М. Портера. Цепочка ценностей М. Портера
61. Концепция "5П" стратегий Г. Минцберга, ее роль в решении стратегических проблем организации на современном этапе развития.
62. Бизнес-план фирмы, его финансовые аспекты, цель составления и основные разделы.
63. Портфельный анализ: этапы и модели.
64. Природа и характеристики организационных изменений. Место и роль организационных изменений в стратегическом управлении.
65. Модели корпоративного управления: сравнительный анализ.

IV. Логистика

66. Цель и задачи логистики. Современные логистические концепции.
67. Структура построения эффективной логистической системы фирмы.
68. Элементы логистической системы, логистические звенья, каналы, цепи. Логистическая сеть. Понятие потока. Виды потоков.
69. Логистические посредники. Роль и их место в логистической системе.
70. Цели, задачи и функции логистики снабжения.
71. Классификации запасов. Цели, подходы, методы и общее содержание процессов управления запасами в логистической системе. Запасы в логистической системе организации.
72. Определения управления цепями поставок (УЦП). Цели и стратегические элементы УЦП. Сетевая структура и классификация цепей поставок.
73. Совокупности потоков и процессов в цепях поставок.
74. Система «just-in-time» как средство непрерывного совершенствования логистики производства. Система «Канбан» как средство реализации концепции «just-in-time» Концепция «Lean Production».

V. Маркетинг

75. Основные задачи, виды и инструменты маркетинговых исследований.
76. Стратегический и операционный планы маркетинга: содержание, структура, этапы формирования.
77. Разработка маркетинговой стратегии и программы.
78. Товарная политика фирмы.
79. Основы, критерии и методы сегментирования рынков потребительских товаров и промышленных рынков.
80. Типология ценовых стратегий. Этапы и процедуры разработки ценовой стратегии.
81. Маркетинговые каналы распределения и сбыта.
82. Коммуникационная политика фирмы. Средства маркетинговых коммуникаций.
83. Содержание и основные характеристики современных взаимоотношений компании с потребителем. Управление отношениями с клиентами (CRM) и маркетинг взаимоотношений. Прямой маркетинг. Интернет - маркетинг.
84. Концепция маркетинга-микс, роль составляющих маркетинга-микс в достижении стратегических и текущих целей маркетинговой деятельности.

VI. Государственное регулирование экономики

85. Кризисы 2008-2009гг. И 2014-2015гг. и его влияние на экономику Армении.
86. Политика валютного регулирования в Армении и в России.
87. Принципы и механизмы банковского надзора в РА.
88. Принцип 4-х свобод в интеграционных объединениях ЕС и ЕАЭС.
89. Особенности налогово - бюджетной политики Армении
90. Особенности денежно-кредитной политики ЦБ Армении.
91. Социальная защита населения: формы ее реализации (на примере РА)
92. Особенности финансовой системы Армении.
93. Евразийская экономическая интеграция: проблемы и перспективы для Армении
94. Бизнес-среда в Армении: институциональные и рыночные риски

VIII. Статистика

95. Средние величины, применяемые в статистике, их виды и методы исчисления. Децильный и фондовый коэффициенты дифференциации признака в совокупности, сфера их применения.
96. Показатели концентрации Джини и Герфиндаля. Построение кривой Лоренца.
97. Понятие о корреляционной зависимости. Нахождение уравнения регрессии.
98. Виды рядов динамики и их основные элементы.
99. Методы выявления тренда. Изучение и измерение сезонных колебаний. Интерполяция и экстраполяция в рядах динамики.
100. Основные принципы построения экономических индексов. Индивидуальные и общие индексы. Агрегатные индексы Ласпейреса, Пааше и Фишера.
101. Основные макроэкономические показатели СНС и их взаимосвязь.