

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Уральский государственный горный университет»

**УТВЕРЖДАЮ:**

Проректор по УМК  
ФГБОУ ВО «УГГУ»



С. А. Упоров

октября 2022 г.

## **ПРОГРАММА**

*вступительных испытаний для поступления в магистратуру  
по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»,  
направленности (профилю)  
«Экономика недропользования»*

**Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная**

*Разработчик программы:* Мочалова Л.А., доцент, доктор экономических наук, зав. кафедрой экономики и менеджмента

Екатеринбург – 2022

## Общие положения

Целью магистерской программы «Экономика недропользования» является обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных на рынке труда магистров по направлению 38.04.01 «Экономика» на основе реализации требований ФГОС ВО.

Задачами программы являются подготовка нового поколения выпускников:

владящих навыками высокоэффективного использования современных методов проведения стратегического и экономического анализа;

готовых к принятию экономически обоснованных управленческих решений;

способных работать в условиях неопределенности;

готовых решать профессиональные задачи для достижения финансовой устойчивости и экономической эффективности деятельности предприятий в сфере недропользования.

Прием в университет для обучения по программе магистратуры проводятся по результатам вступительных испытаний профильной направленности в форме тестирования.

Для поступающих по договорам по программам магистратуры на очную форму обучения вступительные испытания начинаются 20 июня 2023 года и завершаются 26 августа 2023 года, на очно-заочную и заочную форму обучения – начинаются 20 июня 2023 года и завершаются 28 октября 2023 года.

Результат вступительного испытания, проводимого университетом самостоятельно, оценивается по 100-балльной шкале, оформляется протоколом и объявляется на официальном сайте университета на следующий рабочий день после проведения вступительного испытания. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания, составляет 30 баллов.

При приеме на обучение по программам магистратуры, начисляются дополнительные баллы, которые включаются в сумму конкурсных за следующие достижения:

- диплом о высшем образовании с отличием – 5 баллов;

- для лиц, проявивших выдающиеся способности, отмеченных стипендией Президента и/или Правительства Российской Федерации и стипендии губернатора Свердловской области – 5 баллов, обладателям действующих сертификатов тестовых систем, подтверждающих прохождение теста по иностранному языку – 5 баллов;

- участникам проекта УГГУ «Магистерский драфт» – 5 баллов;

- медалисты, победители и призеры олимпиады студентов «Я – профессионал» в течение двух лет с момента получения соответствующего диплома получить дополнительные баллы за индивидуальные достижения – 10 баллов.



Сумма баллов за индивидуальные достижения не может превышать 10 баллов.

### **Критерии оценки уровня подготовки поступающих в магистратуру**

Вступительное испытание проводится в виде междисциплинарного экзамена.

Продолжительность вступительного испытания 60 минут.

Вступительное испытание проводится на русском языке.

Экзамен проводится в форме компьютерного тестирования.

Тест состоит из 20 закрытых заданий (с выбором одного правильного ответа из предложенных), составленных по материалам 5 дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Экономика организации», «Менеджмент организации», «Маркетинг».

Максимальное количество баллов по итогам вступительного испытания – 100, за правильный ответ на каждое задание – 5 баллов.

Итоговая оценка зависит от знаний поступающими теоретических и практических основ экономики и менеджмента, а также их аналитических способностей.

### **Структура и содержание материала, выносимого на вступительное испытание**

Вступительное испытание представляет собой междисциплинарный экзамен, подразумевающий ответы на вопросы из следующих дисциплин:

- Микроэкономика;
- Макроэкономика;
- Экономика организации;
- Менеджмент организации;
- Маркетинг.

#### *Тематика вопросов по дисциплине «Микроэкономика»*

Что изучает экономическая теория и микроэкономика. Основная экономическая проблема.

Частные и общественные блага. Процесс воспроизводства: сущность и его виды. Факторы производства: рабочая сила, природные ресурсы, капитал, предпринимательская способность.

Собственность: сущность, формы. Права владения, распоряжения и пользования. Сущность экономической системы. Виды экономических систем: традиционная, административно-командная, рыночная, смешанная.

Механизм действия рыночной экономики. Товарное производство. «Невидимая рука» А. Смита. Фиаско рынка. Функции рынка.

Закон спроса. Закон предложения. Кривые спроса и предложения. Сущность и виды эластичности спроса и предложения. Коэффициенты эластичности.

Теория потребительского поведения. Полезность, предельная и общая полезность. Излишек потребителя.

Выручка предприятия. Внешние и внутренние издержки предприятия. Экономическая и бухгалтерская прибыль. Переменные и постоянные факторы производства. Производственная функция.

*Тематика вопросов по дисциплине «Макроэкономика»*

Валовой внутренний продукт. Национальное богатство. Инвестиции: сущность и факторы, влияющие на них. Совокупный спрос и совокупное предложение. Макроэкономическое равновесие. Предельная склонность к потреблению и сбережению.

Макроэкономическая нестабильность. Безработица: сущность и формы.

Функции денег. Денежная масса в обращении. Спрос на деньги: общий, операционный, спекулятивный. Центральный банк страны. Учетная ставка. Виды кредитно-денежной политики. Активные и пассивные операции коммерческих банков.

Государственный бюджет. Дефицит и профицит бюджета. Налоги: сущность и виды. Кривая Лаффера. Сущность и виды бюджетно-налоговой политики.

Валютный курс. Ревальвация и девальвация национальной валюты.

*Тематика вопросов по дисциплине «Экономика организации»*

Основные производственные фонды: состав и структура. Фондоотдача.

Износ и амортизация основных фондов.

Оборотный капитал: состав, структура.

Состав и структура персонала предприятия. Явочная и списочная численность работников.

Повременная и сдельная оплата труда.

Постоянные и переменные издержки. Себестоимость продукции.

Прибыль предприятия. Виды прибыли. Особенности налогообложения прибыли.

*Тематика вопросов по дисциплине «Менеджмент организации»*

Менеджмент как наука. Объект и субъект управления.

Этапы и школы в истории менеджмента.

Сущность системного, ситуационного и процессного подходов к управлению.

Управление организацией как открытой системой. Внутренняя и внешняя среда организации. SWOT-анализ.

Функции менеджмента.

Планирование как функция менеджмента.

Организация как функция менеджмента. Организационные структуры управления.

Мотивация как функция менеджмента. Современные теории мотивации.



Координация как функция в системе менеджмента. Контроль как функция в системе менеджмента.

Коммуникации в системе управления. Стили руководства. Профессиональные качества лидера.

Национальные особенности менеджмента.

*Тематика вопросов по дисциплине «Маркетинг»*

Понятие, сущность и принципы маркетинга. Роль маркетинга в современной экономике.

Макросреда и микросреда маркетинга. Понятие потребности. Товар как категория маркетинга. Рынок покупателя. Рынок продавца. Сегментирование рынка. Понятие рыночного сегмента.

Инструменты маркетинга. Ценовая политика предприятия.

Сбытовая политика предприятия. Процесс товародвижения.

Способы продвижения товара.

### **Вопросы для подготовки к вступительному испытанию**

Вступительное испытание проводится в форме компьютерного тестирования.

Примеры тестовых заданий в рамках вступительного испытания:

1. Что из перечисленного отражает суть основной экономической проблемы:

А) существуют продукты, которые можно купить только по очень высоким ценам;

Б) в любой экономике бывают периоды спада, когда существует ограниченность ресурсов;

В) экономические ресурсы всегда ограничены по сравнению с человеческими потребностями.

2. Кривая спроса показывает:

А) как будет снижаться потребление блага при снижении доходов покупателей;

Б) потребительские предпочтения;

В) сколько блага потребители желают и могут приобрести по разным ценам за определенный период времени;

Г) как будет изменяться цена в зависимости от потребностей населения;

Д) цены, по которым можно приобрести блага.

3. Капитал как фактор производства – это:

А) Оборудование, орудия труда, машины, сырье, с помощью которых производятся товары

Б) Накопления и сбережения физических и юридических лиц

В) Денежные средства, используемые в расчетах между покупателем и продавцом.

Г) Система отношений, определяющих должность и положение, с соответствующими правами и обязанностями, властью и неприкосновенностью

4. Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать:

А) Предельную полезность

Б) Общую полезность

В) Разницу между общей и предельной полезностью

Г) Каждую из перечисленных величин

5. Если из выручки предприятия вычесть внутренние и внешние издержки производства, полученная разность называется:

А) Налогооблагаемая прибыль

Б) Бухгалтерская прибыль

В) Средняя прибыль

Г) Экономическая прибыль

6. Что такое валовой внутренний продукт (ВВП) – это:

А) рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных и реализованных в стране за год;

Б) стоимость всех реализованных товаров и услуг в стране за год;

В) стоимость всех произведенных товаров и услуг в стране за год;

Г) совокупность всех готовых товаров и услуг в стране.

7. Сумма предельных склонностей к потреблению и сбережению располагаемого дохода равна единице:

А) при линейной функции потребления;

Б) если график потребления проходит через начало координат;

В) только при равновесии на рынке благ;

Г) всегда.

8. Спрос на деньги для сделок изменяется следующим образом:

А) возрастает при увеличении процентной ставки;

Б) возрастает при снижении процентной ставки;

В) снижается при уменьшении объема номинального ВВП;

Г) снижается по мере роста объема номинального ВВП.

9. Какая из нижеперечисленных операций сократит количество денег в стране?

А) Центральный банк уменьшает норму обязательных резервов;

Б) Центральный банк покупает государственные облигации у населения и коммерческих банков;



В) Центральный банк снижает учетную ставку, по которой он предоставляет кредиты коммерческим банкам;

Г) Центральный банк продает государственные облигации коммерческим банкам.

10. Какой из ниже перечисленных налогов относится к косвенным?

А) налог на прибыль организаций;

Б) налог на доходы физических лиц;

В) налог на добавленную стоимость;

Г) налог на имущество предприятий;

11. В фазе циклического спада:

А) величина трансфертных выплат и прибыли фирм сокращаются;

Б) величина трансфертных выплат сокращается, а прибыли фирм увеличиваются;

В) величина трансфертных выплат увеличивается, а прибыли фирм сокращаются;

Г) величина трансфертных выплат и прибыли фирм увеличиваются;

Д) правильный ответ отсутствует.

12. Какой показатель определяется произведением объема произведенной продукции на цену за единицу данной продукции:

А) прибыль;

Б) выручка;

В) рентабельность.

13. Оборотные средства делят на следующие группы:

А) оборотные фонды и фонды обращения;

Б) производственные фонды и фонды обращения;

В) оборотные фонды и производственные фонды.

14. Для расчета затрат на производство единицы выпускаемой продукции составляется:

А) калькуляция;

Б) смета затрат;

В) баланс.

15. Японские менеджеры в соответствии со своим менталитетом выше других ставят \_\_\_\_\_ потребности.

А) материальные;

Б) физиологические;

В) социальные;

Г) производственные.

16. К основным составляющим внутренней среды организации относится:

- А) поставщики;
- Б) организационная структура;
- В) конкуренты;
- Г) рынок рабочей силы.

17. В менеджменте средством передачи информации в коммуникационном процессе является:

- А) сообщение;
- Б) символ;
- В) послание;
- Г) канал связи.

18. Под сегментацией рынка понимается:

- А) деление конкретного рынка по характеру требований потребителей и по их реакции на методы маркетингового воздействия;
- Б) группировка производственных и торговых фирм по их размеру;
- В) получение квоты продаж товара на конкретном рынке.

19. Какие инструменты входят в состав комплекса маркетинга:

- А) анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, реализация маркетинговых мероприятий;
- Б) организация маркетинговой службы, изучение рыночных потребностей, планирование маркетинга, стимулирование покупателей;
- В) товарная политика, ценовая политика, политика в области товародвижения, политика стимулирования;
- Г) исследование рынка, работа с покупателями, разработка товара, распространение товара.

20. Что из проводимого ниже не относится к инструментам комплекса продвижения?

- А) стимулирование продаж;
- Б) транспортировка товара;
- В) связи с общественностью;
- Г) персональная продажа;
- Д) реклама.



## Рекомендуемая литература

Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. – М.: Экономистъ, 2008. – 288 с.

Горленко О. А. Управление персоналом: учебник для вузов / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можяева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 249 с.

Григорьев М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 559 с.

Егоршин А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов. – 2-е изд., доп. и перераб. – Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. – 302 с.

Короткова Т. Л. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 242 с.

Котлер Филип. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс, 2018. 496 с.

Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учебное пособие для студентов вузов / рук.авт. коллектива и науч. ред. А. В. Сидоровича; МГУ им. М. В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб., доп. – М.: Дело и Сервис, 2007. – 1040 с.

Курс экономической теории: учебник / под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселёвой. – 7-е изд., испр., доп. и перераб. – Киров: АСА, 2015. – 880 с.

Любушин Н.П., Бабичева Н.Э. Экономика организации: учебник. М.: Кнорус, 2021. 326 с.

Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс. М.: Инфра-М, 2009. 944 с.

Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Классическое издание. М.: Вильямс, 2020. 642 с.

Мочалова Л. А. Макроэкономика: учебник (гриф УМО). – Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2015. – 206 с.

Мочалова Л. А., Комарова О. Г. Микроэкономика: учебное пособие. - Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2013. - 150 с.

Фатхутдинов Р.А. Организация производства: учебник / Р.А. Фатхутдинов. 3-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 544 с.

Шишкин А. Ф., Шишкина Н. В. Экономическая теория: учебник: в 2-х т. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС. Т. 1. 2013. 816 с.; Т. 2. 2013. 712 с.

Экономика фирмы (организации, предприятия): учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк, Б.Н. Чернышева. – 2-е изд. – М.: Вузовский учебник, 2022. – 296 с.