

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ

АГРАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

УТВЕРЖДЕНА

Ученым Советом

Аграрно-технологического института

Протокол № 2021-01-08/3 от «28» октября 2020

ПРОГРАММА

Междисциплинарного вступительного экзамена

в магистратуру по направлению подготовки

38.04.01 «Экономика»

Магистерская программа «Экономика недвижимости в АПК»

Программа составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

На экзамене поступающий в магистратуру должен показать:

— владение теоретическими основами экономики: микроэкономики, макроэкономики, истории экономических учений, статистики, бухучета и финансового анализа, маркетинга и менеджмента;

— умение применять общие экономические теории, методологию построения микро- и макроэкономики при анализе текущих проблем экономики России и других стран;

— знание основных понятий макроэкономики, предложения, спроса, равновесной цены, конкуренции и рынка, поведения потребителя и производителя, рыночного равновесия, макроэкономической нестабильности, денег, валюты, государственного бюджета и банковской системы;

— знание основных понятий о предприятиях, их классификации; о диверсификации, концентрации и централизации производства; об открытии и закрытии предприятий, санации и банкротстве; о валовых выручке и издержках; о прибылях бухгалтерской и экономической, чистом денежном потоке, приведенной (дисконтированной) стоимости, внутренней норме доходности, о переменных и постоянных издержках;

— знание об общественном воспроизводстве, системе национальных счетов, резидентных и нерезидентных институциональных единицах; о макроэкономических показателях: национальном богатстве, валовом внутреннем продукте (ВВП):

– умение применять методы расчета, национального дохода, личного располагаемого дохода, качества и уровня жизни населения;

— знание особенностей экономики переходного периода: либерализация цен, приватизация собственности, инфраструктура хозяйствования, структурная перестройка экономики, влияние глобализации на выбор стратегии национальной экономики;

— умение анализировать и обобщать полученную информацию, делать выводы, грамотно используя научную терминологию; а также иметь представление:

— об основах маркетинга, о классификации товаров и услуг, их коммерческих характеристиках;

— об управлении ассортиментом, о видах цен и особенностях их применения; стратегических и конъюнктурных приоритетах маркетинга;

— о факторах становления и сущности мирового хозяйства, международных экономических отношений, о формах международных экономических отношений, о теории международной торговли; о ценообразовании в международной торговле; о международной торговле и внешнеторговой политике;

— о менеджменте в системе понятий рыночной экономики, об эволюции менеджмента: условиях и предпосылках возникновения менеджмента, о школах менеджмента, и об особенностях российского менеджмента.

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЭКОНОМИКА»

1. Формы общественной организации современного производства

Концентрация, специализация, кооперирование, комбинирование (отечественный и зарубежный опыт).

2. Рынок и государственное регулирование

Закон спроса и предложения. Равновесная цена. Излишки потребителя и производителя. Понятие конкуренции. Рынок свободной конкуренции. Олигополия, Монополия, Монополистическая конкуренция

3. Значение соотношения и взаимодействия народно – хозяйственной эффективности

Понятие валовой выручки и издержек производства. Сущность валового внутреннего продукта (ВВП), методы расчета. Система национальных счетов (СНС).

4. Организационно – правовые формы предприятий

Сущность организационно правовых форм предприятий. Коммерческие и некоммерческие предприятия. Акционерные общества. Общества с ограниченной ответственностью (ООО). Товарищества. Индивидуальное предпринимательство (ПБЮЛ). Государственные муниципальные и унитарные предприятия.

5. Малый бизнес, его роль и особенности развития

Понятие малого бизнеса как экономической категории. Классификация предприятий малого бизнеса. Количественные критерии классификации. Льготы для предприятий малого бизнеса.

6. Заработная плата – важнейший элемент мотивации труда на предприятии

Понятие и сущность заработной платы. Системы оплаты труда работников на предприятиях. Виды дополнительных выплат. Нематериальная мотивация.

7. Задачи и содержание управления качеством продукции на предприятиях

Понятие об отраслевой экспертизе продуктов. Порядок организации сертификации продуктов. Знак соответствия и его применение для сертификации. Система менеджмента качества (СМК).

8. Планирование на предприятии

Сущность и принципы планирования. Долгосрочное, среднесрочное и текущее планирование. Формы коммерческих контрактов и их содержание.

9. Задачи и сущность бизнес – планирования

Сущность бизнес-плана. Методы разработки бизнес-плана. Состав и основные показатели бизнес-плана.

10. Ресурсосбережение – важнейшее направление повышения эффективности производства

Формирование природных ресурсов. Классификация ресурсов. Земельные ресурсы и эффективность их использования. Материально-технические ресурсы. Трудовые ресурсы. Оценка и показатели использования ресурсов.

11. Виды и формы коммерческо-посреднической деятельности

Агентирование. Агентский договор. Формы агентирования. Брокерство, комиссия, оптовое посредничество, дистрибьюторство, дилерство, торговое маклерство, биржевая торговля, опцион.

12. Показатели эффективности производства

Понятие эффективности производства предприятия. Валовой доход предприятия. Чистый доход предприятия. Прибыль предприятия. Финансовый план (баланс доходов и расходов).

13. Производственный менеджмент

Понятие производственного менеджмента. Принципы и функции производственного менеджмента. Типы оргструктур менеджмента (линейная, функциональная, линейно-функциональная, линейно-штабная, комбинированная). Алгоритм принятия управленческих решений. Лидерство и стили управления.

14. Маркетинг и его составляющие

Сущность и виды маркетинга. Управление маркетингом и стратегия маркетинга. Товарная и фирменная рекламы. Паблик рилейшнз. Фирменный стиль. Жизненный цикл товара. Емкость и размер рынка.

15. Место сельского хозяйства в СНГ и мировой экономике

Доля сельского хозяйства в валовом производстве. Продовольственная безопасность страны. Основные отрасли сельского хозяйства. Закупочные и товарные интервенции. Дотации и компенсации на сельхозпродукцию. Кредитование АПК.

16. Крупное производство, его место и роль в структуре современных экономик

Понятие современного крупного производства в сельском хозяйстве: агрохолдинги и финансово-промышленные группы, птицефабрики, тепличные комбинаты. Налогообложение этих предприятий. Государственная поддержка.

17. Роль государства в экономическом регулировании АПК

Закон о госрегулировании АПК. Виды государственного регулирования. Закупочные и товарные интервенции. Кредитование и субсидии АПК. Лизинг и ценовая политика АПК. Налоговое регулирование.

18. Роль НТП в развитии концентрации в производстве

Понятие НТП. Государственные программы в области развития НТП. Основные направления поддержки государством науки и научной деятельности. Подготовка и повышение квалификации и переквалификация кадров. Организация информационно-консультационных служб.

19. Тенденции мировой экономики

Глобализация. Инновационность – как фактор модернизации мировой экономики. Регионализация. Инвестиционная привлекательность бизнеса.

20. Аграрно-промышленный комплекс и проблемы его развития на современном этапе

Понятие АПК. Роль и место АПК в экономике России. Крупные сельхозпредприятия. Крестьянские личные подсобные хозяйства. Семейная ферма. Роль семейных хозяйств и с/х кооперации в РФ и за рубежом.

21. Земля как средство производства в сельском хозяйстве, ее особенности и проблемы использования

Особенности земли как предмета труда. Дифференциальная рента земли. Показатели эффективности использования земли. Экономическая оценка земель. Роземкадастр и мониторинг земель. Земельные фонды России.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1,2, 3 и 4.- М.:Эксмо, 2015 – 864 с. .
2. Налоговый кодекс РФ. - М.: Эксмо, 2015 – 1504 с.
3. Земельный кодекс РФ. – М.: Эксмо, 2015 – 192 с
4. Чепурин М.Н. Курс экономической теории : Учебник / М.Н. Чепурин, С.Н. Ивашковский; Под общ. ред. М.Н.Чепурина, Е.А.Киселевой. - 6,7-е изд., доп. и перераб. - Киров : АСА, 2009, 2011, 2015. - 848 с. : ил. - ISBN 978-5-85271-287-5 : 520.00.
5. Сборник задач по микроэкономике. К "Курсу микроэкономики" Р.М.Нуреева [Текст] / Гл. ред. Р.М. Нуреев. - М. : Норма : ИНФРА-М, 2012. - 432 с. - ISBN 978-5-91768-252-5 : 782.00.
6. Розанова Надежда Михайловна. Макроэкономика. Продвинутый курс [Текст] : Учебник для магистратуры. Часть 1 / Н.М. Розанова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 283 с. - (Магистр). - ISBN 978-5-534-01996-4. - ISBN 978-5-534-01997-1 : 689.00.
7. Розанова Надежда Михайловна. Макроэкономика. Продвинутый курс [Текст] : Учебник для магистратуры. Часть 2 / Н.М. Розанова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 382 с. - (Магистр). - ISBN 978-5-534-01998-8. - ISBN 978-5-534-01997-1 : 899.00.
8. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций которые должен знать каждый менеджер. [Текст] – М.: Альпина Паблишер, 2018 – 211 с. - ISBN 978-5-9614-6745-1

9. Кузьмина Е. Е. Маркетинг. Учебник и практикум для академического бакалавриата. [Текст] – М.: Юрайт, 2017 – 386 с. - ISBN 978-5-9916-9118-5
10. Чернышева А.М., Якубова Т. Н. Промышленный (B2B) маркетинг. [Текст] – М.: Юрайт, 2018 – 433 - ISBN 978-5-9916-5964-2
11. Нуралиев С.У. Маркетинг. Учебник. [Текст]- М.: Инфра-М, 2018 - 305 с. - ISBN 978-5-16-013783-4
12. Цхарев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг. Учебник. [Текст] – М.: Дашков и Ко., 2018 – 552 с. - ISBN 978-5-394-02954-7
13. Игрунова О.М., Манакова Е.В., Прима Я.Г. Маркетинговые исследования. Учебник. [Текст] – СПб: Питер, 2017 -224 с. ISBN 978-5-4461-0488-8
14. Карпова С.В. Международный маркетинг. Учебник и практикум для бакалавров. [Текст] – М.: Дашков и Ко, 2018 – 298 с. - ISBN 978-5-394-03139-7
15. Польшинская Г.А. Информационные системы маркетинга. [Текст] – М.: Юрайт, 2018 – 370 с. - ISBN 978-5-534-07855-8
16. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегический маркетинг. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. [Текст] – М.: Editorial URSS, 2018 – 226 с. ISBN 978-5-534-00742-8
17. Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум. [Текст] – М.: Юрайт, 2017 – 324 с. - ISBN 978-5-534-03594-0

РАЗДЕЛЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «ЭКОНОМИКА НЕДВИЖИМОСТИ В АПК»

Раздел 1. Недвижимость как вид собственности

Предмет и метод науки экономики недвижимости. Воспроизводимые невоспроизводимые виды недвижимости. Экономическое понятие «недвижимость» Юридическое понятие «недвижимая собственность». Характерные признаки недвижимости. Правовые основы управления недвижимостью.

Раздел 2. Имущественные права собственника на недвижимость

Понятие «имущества». Движимое и недвижимое имущество. Понятие «собственность» и «право собственности». Основные элементы недвижимости. Земля, постройки и усовершенствование земли. Земельный девелопмент.

Раздел 3. Рынок недвижимости и ее классификация

Виды стоимостной недвижимости и оценка недвижимости. Классификация объектов недвижимости. Рынок недвижимости (оборот). Рыночная, залоговая, страховая и инвестиционная стоимость.

Раздел 4. Системы регистрации и операции с недвижимостью

Виды сделок с недвижимостью (ипотека, лизинг, аренда, дарение, купля-продажа). Виды стоимости объектов недвижимости (рыночная, потребительская, инвестиционная; восстановительная, замещения и ликвидационная страховая).

Раздел 5. Основные подходы к оценке недвижимости

Методы оценки недвижимости. Принципы оценки объектов недвижимости. Переоценка объектов недвижимости. Метод сравнительной оценки (продаж). Затратный метод сравнительной оценки. Доходный метод определения стоимости.

Раздел 6. Особенности определения стоимости различных объектов оценки

Особенности оценки земли. Особенности оценки зданий и сооружений. Особенности оценки машин и оборудования. Особенности оценки нематериальных активов. Особенности оценки ценных бумаг. Особенности оценки собственности.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Арустамов Эдуард Александрович. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] : Учебник / Э.А. Арустамов, Р.С. Андреева. - М. : КноРус, 2019. - 166 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-406-04511-4 : 620.00.
2. Леснова Л.П. Основы менеджмента [Текст/электронный ресурс] : сборник заданий: учебно-методическое пособие / Л.П. Леснова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 36 с. - ISBN 978-5-209-08739-7 : 40.50.
3. Гладышева Ирина Валерьевна. Методы принятия управленческих решений [Текст] : Учебное пособие / И.В. Гладышева; Отв. ред. В.С.Ефремов. - М. : Изд-во РУДН, 2019. - 136 с. : ил. - ISBN 976-5-209-08883-7 : 106.74.
4. Земельное право [Текст] : Учебник / Под ред. С.А.Боголюбова . - 3-е изд. - М. : Проспект, 2018. - 376 с. - ISBN 978-5-392-26661-6 : 700.00.

5. Аньшин, В. М. Инвестиционный анализ: учебное пособие / В. М. Аньшин; Академия н / х при. Правительстве РФ.- М.: Дело, 2017. - 280 с.
6. Бирман, Г. Экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт, Л. П. Белых.- М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2016. - 631 с.
7. Бланк, И. А Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк.-К.: ИНТЕМ. ЛТД.: Юнайтед. Лондон. Трейд. Лимитед, 2017. - 448 с.
8. Богатыня, Ю. В. Инвестиционный анализ: учебное пособие / Ю. В. Богатыня, В. А. Швандар.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.э - 287 с.
9. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости: Учебник для вузов. 4-е изд., испр / А.Н. Асаул. — М.: АНО ИПЭВ, 2018. — 432 с.
10. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / А.Н. Асаул. — СПб.: Питер, 2017. — 416 с.
11. Бердникова, В.Н. Экономика недвижимости 2-е изд., испр. и доп. учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Н. Бердникова. — Люберцы: Юрайт, 2018. — 190 с.
12. Биншток, Ф. И. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. Учебное пособие: моногр. / Ф.И. Биншток. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 208 с.
13. Бланк, И. А Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк.-К.: ИНТЕМ. ЛТД.: Юнайтед. Лондон. Трейд. Лимитед, 2017. - 448 с.
14. Боровкова, В.А. Экономика недвижимости: Учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А. Боровкова, В.А. Боровкова, О.Е. Пирогова. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 417 с.
15. Оценка стоимости бизнеса [Текст/электронный ресурс] : Учебник / М.А. Эскиндаров [и др.]; Под ред. М.А. Эскиндарова, М.А. Федотовой. - 2-е изд., стер. ; Электронные текстовые данные. - М. :КноРус, 2018. - 320 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-06261-6 : 822.00.
16. Васильева Л.С. Оценка бизнеса [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Л.С. Васильева. - Электронные текстовые данные. - М. : КноРус, 2016. - 668 с. - ISBN 978-5-406-04775-0 : 1020.00.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Междисциплинарные испытания при приеме на обучение по программам магистратуры на направление 38.04.01 «Экономика» проводятся в форме теста, формируемого электронной системой сопровождения экзаменов (ЭССЭ) методом случайной выборки заданий из подготовленного банка тестовых заданий, с автоматической проверкой ЭССЭ правильности выполненных заданий (компьютерный тест).

Компьютерный тест состоит из 50 вопросов с множественным выбором ответа: с выбором одного правильного ответа из множества, с выбором нескольких правильных ответов из множества. На выполнение всего теста отводится 60 минут.

Тест оценивается из 100 баллов. Для вопросов с выбором одного правильного ответа: за правильный ответ начисляется 2 балла, за неправильный - ноль. Для вопросов с выбором нескольких правильных ответов и вопросов на соответствия: за полный правильный ответ начисляется 2 балла, за частичный правильный ответ - учитывается каждая правильная часть ответа в процентном отношении.