

**УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
ФАКУЛЬТЕТ «GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS»
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТА И БИЗНЕСА»**



**УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНОВ
В МАГИСТРАТУРУ НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
6M050700- «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Алматы, 2017

Учебная программа вступительных экзаменов в магистратуру составлена на основании Типовых правил приема на обучение в организации образования, реализующие профессиональные учебные программы послевузовского образования, утвержденных Постановлением Правительства РК от 19 января 2012 года № 109, для проведения вступительных экзаменов в магистратуру научно-педагогического и профильного направления по специальности (шифр) - 6M050700 «Менеджмент»

Одобрено на заседании Приемной комиссии, протокол № 11 от « 2 » 05 2017г.

Учебная программа вступительных экзаменов обсуждена на заседании кафедры «Менеджмента и Бизнеса», протокол № 11 от « 18 » апреля 2017г.

Проректор по учебной –методической работе, к.т.н., доцент



А.М. Махметова

Директор Graduate School of Business



Бектурганова А.М

Зав. кафедры «МиБ»
к.э.н., доцент



Н.С. Дулатбекова

1. Принципы и критерии оценки знаний на вступительных экзаменах

На экзамене оценивается уровень владения материалом в рамках вопросов Учебной программы по вступительным экзаменам в магистратуру, способность артикулировать необходимыми данными, базовыми понятиями и категориями, самостоятельно разрешить поставленную задачу и компетентно обосновать собственную точку зрения по поставленным вопросам. Оценки выставляются по следующим критериям:

«Отлично» — лицо, сдающее вступительный экзамен демонстрирует исчерпывающие знания по вопросам вступительного экзамена, исключительную профессиональную эрудицию и способность корректного и логически точного, всеобъемлющего изложения материала.

«Хорошо» - лицо, сдающее вступительный экзамен показывает свою компетентность в исследуемом вопросе с отдельными формальными погрешностями, при этом обладает креативными способностями самостоятельно обнаружить истину.

«Удовлетворительно» - лицо, сдающее вступительный экзамен удовлетворительно владеет информационным материалом, слабо прослеживает логические взаимосвязи отдельных частей экзаменационных вопросов, не способен самостоятельно критически мыслить и создавать конструктивные стратегии разрешения проблемы.

«Неудовлетворительно» - лицо, сдающее вступительный экзамен не освоил информационно-аналитический материал вступительного экзамена, навыки логического мышления не развиты, не раскрыты вопросы, заданные в экзаменационном билете по блоку дисциплин, включенных в экзаменационный билет.

Система перевода оценок по 100-балльной шкале оценок

Буквенная оценка	Цифровой эквивалент баллов	Баллы по 100-балльной шкале оценок	Баллы по 4-балльной шкале оценок
A	4,0	95-100	отлично
A ⁻	3,67	90-94	
B ⁺	3,33	85-89	
B	3,0	80-84	хорошо
B ⁻	2,67	75-79	
C ⁺	2,33	70-74	
C	2,0	65-69	удовлетворительно
C ⁻	1,67	60-64	
D ⁺	1,33	55-59	
D	1,0	50-54	
F	0	0-49	неудовлетворительно

2. Правила апелляции оценки на вступительном экзамене в магистратуру научно-педагогического и профильного направления по специальности 6М050700 -«Менеджмент»

Поступающий в магистратуру, не согласный с решением Приемной комиссии по процедуре оценки знаний по вступительному экзамену спецпредмету или отбора на бюджетные места в магистратуру, имеет право подать письменное апелляционное заявление.

В случае апелляции основанием для рассмотрения являются письменные записи в листе ответов.

В апелляционную комиссию включаются в качестве независимых экспертов представители департамента образования, доктора и кандидаты наук из других организаций образования и науки.

После рассмотрения апелляции выносится решение апелляционной комиссии об оценке по экзаменационной работе (как в случае ее повышения, так и понижения).

При возникновении разногласий в апелляционной комиссии по поводу поставленной оценки проводится голосование, и оценка утверждается большинством голосов.

3. Учебная Программа по вступительным экзаменам в магистратуру по направлению подготовки 6М050700- «Менеджмент» содержит следующие блоки специальных дисциплин, включенных в экзаменационные вопросы:

1. Менеджмент
2. Маркетинг
3. Управление персоналом

Количество вопросов по 1 блоку «Менеджмент» составляет 40,0% от общего количества вопросов.

Количество вопросов по 2 блоку «Маркетинг» составляет 30,0% от общего количества вопросов.

Количество вопросов по 3 блоку «Управление персоналом» составляет 30,0% от общего количества вопросов.

Общее положение

Программа вступительного комплексного экзамена включает три блока дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», «Управление персоналом».

Программа предполагает знание, претендентами на магистерскую программу по специальности «6М050700 - Менеджмент», фундаментальных основ базовых дисциплин, изучаемых в рамках учебного плана высшего профессионального образования, а также умение применять эти знания при решении теоретических и прикладных задач.

В программу включены вопросы, в соответствии с:

а) содержанием программ основных дисциплин учебного плана высшего профессионального образования;

б) рекомендуемой учебной и научной литературой, нормативными правовыми актами.

РАЗДЕЛ 1. ДИСЦИПЛИНА «МЕНЕДЖМЕНТ»

Содержание

- Тема 1. Сущность и принципы менеджмента
- Тема 2. Концепции менеджмента и тенденции его развития за рубежом
- Тема 3. Организация как объект управления
- Тема 4. Внутренняя и внешняя среда организации
- Тема 5. Организационная структура управления
- Тема 6. Система менеджмента качества. Процессный подход
- Тема 7. Информационное обеспечение менеджмента
- Тема 8. Основные функции управления социально-экономическими процессами
- Тема 9. Управленческий труд и его специфика
- Тема 10. Процесс разработки управленческих решений
- Тема 11. Культура организации и стиль руководства
- Тема 12. Управление конфликтами

Тема 1. Сущность и принципы менеджмента

Понятие управления. Объекты и субъекты управления в рыночной экономике. Управление как наука и искусство.

Сущность и содержание понятия «менеджмент». Менеджмент как система научных подходов и сложная междисциплинарная наука, базирующаяся на знаниях в области экономики, психологии, права, социологии и других наук. Принципы менеджмента. Менеджмент в системе государственной службы и его роль в казахстанском обществе. Государственное управление и государственный менеджмент: общее и различие. Особенности менеджмента в государственных органах.

Тема 2. Эволюция школ и концепций менеджмента и тенденции его развития за рубежом

Модели управления как форма эволюции управленческой мысли. Формирование основных управленческих концепций и их развитие. Научные подходы к менеджменту: процессный, системный, ситуационный. Школы управления. Научная школа управления. Классическая школа. Школа человеческих отношений и ее развитие. Математическая школа. Системный и ситуационный подходы в теории менеджмента. Условия формирования казахстанской модели управления. Проблемы выбора модели управления.

Тема 3. Организация как объект управления

Понятие организации. Основные черты и виды организаций. Общие характеристики организаций. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Уровни управления организаций. Характеристика организаций как объекта управления. Группировка однородных организаций и определение их общих черт. Роль организаций в экономике страны. Элементы проектирования организации. Критерии эффективности управления организациями.

Тема 4. Внутренняя и внешняя среда организации

Структура среды управления. Организационные элементы и характеристики. Основные составляющие внутренней и внешней среды организации. Взаимосвязь целей и организационной структуры. Сложная и простая деловая среда. Стабильная и нестабильная деловая среда. Неопределенность деловой среды и ее оценка. Взаимодействия государственных органов с деловой средой. Способы влияния на окружающую деловую среду.

Тема 5. Организационная структура управления

Основные элементы организационной структуры управления. Процесс формирования и изменения организационной структуры. Типы, виды организационных структур и принципы их построения. Иерархические (бюрократические) структуры управления: линейные, функциональные, линейно-функциональные, линейно-штабные, штабные, дивизиональные. Адаптивные (органические) структуры управления: матричные, сетевые, виртуальные.

Тема 6. Система менеджмента качества (СМК). Процессный подход

Сущность СМК. Документирование процесса управления. Принципы построения процессной модели. Процессный подход в менеджменте качества.

Тема 7. Информационное обеспечение менеджмента

Роль информации в управлении. Информация, ее свойства, влияние информации на эффективность управления. Основные принципы, задачи и функции внутрифирменной системы информации.

Тема 8. Основные функции управления социально-экономическими процессами

Анализ и эффективность управления. Прогнозирование и планирование в системе управления. Планирование как функция

управления. Понятие и состав функций управления. Понятие и сущность планирования. Функции, принципы планирования. Этапы процесса планирования. Понятие и сущность стратегического планирования. Стратегия управления экономикой Казахстана.

Организация и координация как функция управления. Коммуникация как функция управления. Модели мотивации и стимулирования в управлении. Контроль как функция управления. Тенденции развития, современные проблемы и перспективы контроля. Стратегия и стратегическое управление.

Полномочия и личное влияние, руководство в организации, формы власти и влияние. Обзор теорий лидерства.

Оценка и факторы повышения эффективности управления. Критерии и показатели эффективности управления.

Тема 9. Управленческий труд и его специфика

Управленческий труд и его специфика. Категории управленческих работников. Типы менеджеров. Функции менеджера. Роль менеджера в государственных органах. Современные требования к профессионализму и компетентности руководителей государственных учреждений. Основные типы деятельности менеджера с целью изменения организации государственного органа.

Тема 10. Процесс разработки управленческих решений

Этапы процесса принятия решения. Технология разработки и реализации управленческих решений. Требования к процессу разработки управленческого решения. Качество решений и качество процесса.

Тема 11. Культура организации и стиль руководства

Понятие, структура и сущность организационной культуры. Определение «сильной» и «слабой» организационной культуры. Культура организации как фактор эффективности. Экономическая функция организационной культуры. Инновационная культура организации. Управление организационной культурой. Взаимовлияние культуры организации и стиля руководства. Коммуникационная культура в государственных органах.

Тема 12. Управление конфликтами

Конфликты: понятие и сущность. Типы конфликтов. Причины конфликтов в организации. Стили разрешения конфликтов.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Мескон Майкл Х., Альберт Майкл, Хедоури Франклин Издательство: Вильямс, 2016 г.
2. Дамитов С.К. Основы современного менеджмента. Учебник – Алматы, 2012
3. Питер Дойли «Менеджмент: стратегия и тактика» . Учебник- Питер, 2004
4. Дафт Р. Менеджмент. 9-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 864с.: ил. – (Серия «Классика МВА»).
5. Александр Егоршин: Основы управления персоналом. Учебное пособие. Издательство: ИНФРА-М, 2011 г.
6. Кубаев К.Е. Теория и практика менеджмента. Учебное пособие для вузов. Алматы: КазНУИм.Аль-Фараби, 2008 г.- 427 с
7. СтивенП. Роббинс, МэриКоултер. Менеджмент. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.
8. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Общий и специальный менеджмент: Учебник. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – 568 с.
9. Травин В. В., Магура М. И., Курбатова М. Б. Мотивационный менеджмент: Модуль III: Учеб.-практич. пособие. – М.: Дело, 2005. – 96 с.

Дополнительная литература

1. Адизес И.К. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
2. Адизес И.К. Стили менеджмента. Эффективные и неэффективные / Пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишер», 2009.
3. Якокка Ли, Новак Уильям. Карьера менеджера / Пер. с англ. – М.: Издательство: Попурри, 2014 г.
4. Сагадиев, К.А. О роли управленческих кадров в современных условиях/ К. А. Сагадиев // 3-ий Астанинский экономический форум. - Астана: Дворец Независимости: 2010. -1-2 июля.– С.3.
5. Беккер Й. Менеджмент процессов: пер.с нем.- М.: Эксмо, 2008. – 358 с.

Официальные документы

1. Назарбаев Н.А. Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства: Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 14 декабря 2012 года.
2. Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 6 апреля 2015 года № 1030. <http://www.akorda.kz/>

3. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года утвержден Указом Президента Республики Казахстан № 922 от 1 февраля 2010 года. <http://www.akorda.kz/>
4. Государственная программа индустриально-инновационного развития утверждена Указом Президента Республики Казахстана № 874 от 1 августа 2014 года. <http://www.akorda.kz/>

РАЗДЕЛ 2. ДИСЦИПЛИНА «МАРКЕТИНГ»

Содержание

- Тема 1 Введение
- Тема 2 Основные категории маркетинга
- Тема 3. Маркетинговая среда
- Тема 4. Маркетинговый анализ
- Тема 5. Анализ покупательского поведения потребителей
- Тема 6 Сегментирование рынка в маркетинге
- Тема 7. Маркетинг товарной политики
- Тема 8. Маркетинг ценовой политики.
- Тема 9 Маркетинг системы распределения.
- Тема 10 Маркетинг товарной политики.
- Тема 11 Комплекс продвижения товара (promotion-mix).
- Тема 12 Маркетинговый контроль.

Тема 1 Введение

Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга. Социально-экономическое содержание, специфика и эволюция маркетинга как науки.

Объекты и субъекты, цели, принципы, процесс и функции маркетинга.

Тема 2 Основные категории маркетинга

Комплекс маркетинга и его основные элементы: товар, цена, распределение и продвижение. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса: конверсионный развивающийся, ремаркетинг, синхромаркетинг, стимулирующий поддерживающий, демаркетинг, противодействующий.

Основные концепции маркетинга: совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и социально-этичного маркетинга. Их сущность, особенности и условия применения.

Тема 3. Маркетинговая среда

Понятие маркетинговой среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды: взаимосвязь между ними. Микросреда и ее основные субъекты: фирма, поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты, аудитории. Организация маркетинга на предприятии. Основные виды организационной структуры управления маркетингом на фирме. Макросреда функционирования фирмы и ее основные факторы: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурного окружения.

Тема 4. Маркетинговый анализ

Основные направления анализа рынка: оценка конъюнктуры, определение емкости и доли рынка. Классификация товарных рынков. Понятие сегментации рынка. Основные принципы сегментации потребительских рынков: географический, демографический, психологический поведенческий. Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Позиционирование товара на

рынке. Факторы, определяющие позицию товара на рынке. Выбор и реализация стратегии позиционирования.

Тема 5. Анализ покупательского поведения потребителей

Понятия «потребность», «потребитель», «покупатель», «рынок покупателя», «рынок продавца». Личные потребности потребителей: абсолютные и относительные. Модель покупательского поведения, ее составляющие. Характеристики покупателя на потребительском рынке. Основные факторы, влияющие на покупательское поведение. Типы потребителей. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке.

Тема 6 Сегментирование рынка в маркетинге Основные принципы сегментирования потребительских рынков: по географическим признакам, по демографическим признакам, по психографическим признакам, по поведенческим признакам.

Выбор целевых сегментов рынка. Оценка сегментов рынка. Различные типы целевых рынков. Выбор целевых сегментов рынка. Оценка сегментов рынка. Различные типы целевых рынков

Процесс позиционирования товара на рынке. Выбор критериев при позиционировании. Последовательность действий при позиционировании на рынке. Карты позиционирования. Стратегии позиционирования. Перепозиционирование товара.

Тема 7. Маркетинг товарной политики

Понятие товара. Трехуровневая модель товара. Конкретный продукт, расширенный продукт, обобщенный продукт. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). Понятие и этапы ЖЦТ. Товарный знак, его сущность и функции. Практика присвоения марочных названий. Закон Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Упаковка и маркировка товара. Функции упаковки. Основные элементы упаковки. Требования, предъявляемые при разработке упаковки.

Сущность, цели и задачи товарной политики. Товарный ассортимент. Широта, насыщенность, глубина и сопоставимость товарной номенклатуры. Новый товар. Концепция разработки нового товара.

Тема 8. Маркетинг ценовой политики.

Цена и ее роль в системе маркетинга. Функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная, функция сбалансированности спроса и предложения, рационального размещения производства. Виды цен и их характеристика. Методика расчета исходной цены на товар. Факторы, воздействующие на цены: внутренние и внешние. Основные подходы к ценообразованию: ценообразование на основе себестоимости, ценности товара, конкуренции. Ценовые стратегии фирмы: завышенная, скользящая, проникновения на рынок, последующая, сегментная, на основе стоимости, ниже стоимости, упреждающее ценообразование.

Рыночная корректировка цен. Скидки и зачеты: количественные, за оплату наличными, функциональные, сезонные, стимулирующие. Дискриминационные цены: понятие, факторы и условия их применения.

Тема 9 Маркетинг системы распределения.

Понятие канала распределения, его значение и функции. Уровни каналов распределения, их структура. Определение типов и числа посредников. Сбытовые стратегии: интенсивная, избирательная, эксклюзивная, их сущность, достоинства и недостатки. Факторы, влияющие на сбытовые стратегии. Вертикальные маркетинговые системы: типы, цели, специфика.

Тема 10 Маркетинг товарной политики.

Товародвижение: сущность, цели, элементы. Каналы товародвижения: прямые, косвенные, смешанные, их сравнительная характеристика. Длина и ширина канала. Элементы и структура затрат комплекса товародвижения.

Оптовая торговля: ее сущность и значение. Функции оптовой торговли. Формы оптовой торговли: лизинг инжиниринг, франчайзинг.

Розничная торговля: понятие, функции, виды. Классификация предприятий розничной торговли: по объему услуг, товарному ассортименту, характеру торгового обслуживания, отношению к ценам, принадлежности и концентрации магазина.

Тема 11 Комплекс продвижения товара (promotion-mix).

Коммуникационные стратегии: стратегия проталкивания, стратегия вытягивания, смешанная стратегия. Методы разработки бюджета продвижения: финансирование «от возможностей», «фиксированного процента», «соответствия конкуренту», на основе максимальных расходов, целей и задач, учета программы маркетинга.

Реклама: цели, виды, средства распространения. Виды рекламы: информативная, увещательная, напоминающая. Разработка рекламного бюджета.

Стимулирование сбыта: понятие, особенности, виды средств стимулирования сбыта. Разработка программы стимулирования сбыта. Пропаганда («паблисити»): определение, функции, область применения, средства пропаганды. Личные продажи: значение, роль и особенности. Роль и задачи торговых агентов.

Тема 12 Маркетинговый контроль.

Типы контроля: контроль выполнения годовых планов, контроль рентабельности по различным товарам, территориям, сегментам рынка, торговым каналам. Ревизия маркетинга.

Список литературы по дисциплине «Маркетинг»

Основная литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014. – 752 с
2. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 14-е издание - СПб.: Питер -2014. - 800 с.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бэст. – М.: МИФ, 2015.-760 с
4. Манн, И. Маркетинг на 100% /И. Манн. – М.: МИФ, 2011.- 256 с.
5. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: Инфра-М, 2014.- 631с

Дополнительная литература:

1. Бэквит, Г. Продавая незримое Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Бэквит. – М.: Альпина-Паблишер, 2011.-224 с
2. Иванов, Л. Маркетинговый конвейер / Л. Иванов. – М.: Иванов и партнеры, 2014.- 210 с
3. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2011.-240 с
4. Рукавишников, А. Интеллектуальный маркетинг/ А. Рукавишников. – М.: ЭКСМО, 2010.- 320 с
5. Смыкова М.Р. Маркетинг индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.Р. Смыкова, О.Ж. Устенова.- Алматы: ЛЕМ, 2011.-240

РАЗДЕЛ 3. ДИСЦИПЛИНА «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ»

Содержание

- Тема 1. Менеджмент персонала и его роль в управлении деятельностью организации. Роль кадровой службы в организации
- Тема 2. Принципы и методы управления персоналом.
- Тема 3. Кадровая политика в организации
- Тема 4. Стратегия управления персоналом организации. Планирование персонала организации.
- Тема 5. Маркетинг персонала
- Тема 6. Набор, отбор, прием и высвобождение персонала в организации
- Тема 7. ПрофорIENTATION и трудовая адаптация персонала
- Тема 8. Оценка результативности труда персонала
- Тема 9. Обучение персонала
- Тема 10. Планирование и развитие карьеры в организации. Управление кадровым резервом.
- Тема 11. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала
- Тема 12. Система компенсации труда работников
- Тема 13. Подготовка персонала к нововведениям
- Тема 14. Безопасность и охрана труда работников
- Тема 15. Зарубежный опыт управления персоналом

Тема 1. Менеджмент персонала и его роль в управлении деятельностью организации. Роль кадровой службы в организации

Управление персоналом и управление человеческими ресурсами. Кадры, персонал. Концепции развития управления персоналом. Место службы персонала в управлении организацией. Основные функции кадровых служб. Организационная структура кадровых служб. Учет отраслевых и других особенностей организации в формировании и развитии деятельности кадровых служб.

Тема 2. Принципы и методы управления персоналом

Философия управления персоналом. Философия организации. Принципы и методы управления персоналом.

Тема 3. Кадровая политика в организации

Кадровая политика и ее цели. Направления кадровой политики. Инструменты кадровой политики. Этапы формирования кадровой политики. Виды кадровой политики.

Тема 4. Стратегия управления персоналом организации. Планирование персонала организации

Сущность стратегического управления персоналом. Цели и принципы стратегического управления персоналом. Формирование стратегии управления персоналом организации. Процесс реализации стратегии управления персоналом организации. Сущность и цели кадрового планирования. Этапы и виды кадрового планирования. Методы кадрового планирования.

Тема 5. Маркетинг персонала

Понятие маркетинга персонала. Задачи маркетинга персонала. Направления маркетинга персонала.

Тема 6. Набор, отбор, прием и высвобождение персонала в организации

Процесс привлечения персонала. Содержание процесса рекрутинга. Внутренние и внешние источники набора персонала. Набор и отбор персонала.

Тема 7. Профорентация и трудовая адаптация персонала

Адаптация сотрудников в организации. Виды адаптации. Система адаптации персонала. Наставничество и коучинг.

Тема 8. Оценка результативности труда персонала

Сущность, цели и задачи оценки результативности труда работников. Методы оценки результативности труда персонала. Субъекты и объекты оценки персонала. Предмет и критерии оценки персонала. Показатели оценки эффективности труда и методы оценки персонала. Аттестация персонала.

Тема 9. Обучение персонала

Подготовка персонала. Переподготовка персонала. Повышение квалификации персонала. Цели и принципы развития персонала. Цели и виды обучения персонала. Методы обучения персонала.

Тема 10. Планирование и развитие карьеры в организации. Управление кадровым резервом

Сущность и виды карьеры сотрудника в организации. Типы и этапы карьеры. Планирование карьеры и основные мероприятия построения карьеры. Сущность и необходимость кадрового резерва. Порядок и методы формирования кадрового резерва. Организация работы с резервом. Требования к резерву на выдвижение. Управление процессом формирования кадрового резерва.

Тема 11. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала

Необходимость и сущность стимулирования персонала. Приоритетные интересы работников и компании.

Теории мотивации. Формы поощрения и программы поощрения, их значение и содержание. Оплата труда как форма мотивации. Формы оплаты труда. Квалификация и оплата труда персонала. Методы стимулирования результативности: экономические (прямые, косвенные), нематериальные.

Тема 12. Система компенсации труда работников

Оплата труда как форма мотивации. Методы стимулирования. Формы и системы оплаты труда.

Составные части системы оплаты труда. Государственные нормы и гарантии в оплате труда наемных работников.

Тема 13. Подготовка персонала к нововведениям

Нововведения как основа стратегии организации. Взаимосвязь инновационных стратегий и политики управления человеческими ресурсами. Причины сопротивления персонала организации нововведениям. Мероприятия по преодолению сопротивления персонала организации нововведениям.

Тема 14. Безопасность и охрана труда работников

Безопасность на рабочем месте. Факторы, обеспечивающие безопасность труда и их характеристика. Задачи руководителя по обеспечению безопасности труда. Ответственность за нарушение правил безопасности труда сотрудников и руководителя.

Тема 15. Зарубежный опыт управления персоналом

Эволюция методов управления персоналом и обеспечение качества. Специфика американского и японского методов управления персоналом. Применение зарубежного опыта в условиях Казахстана. Зарубежный опыт подготовки специалистов. Форма взаимосвязи с учебными заведениями.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Архипова Н.И. Управление персоналом организации. Краткий курс для бакалавров / Н.И.Архипова, О.Л.Седова. – М.: Проспект, 2016. – 224с.
2. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: Учебник для бакалавров / А.В.Дейнека. – М.: Дашков и К, 2015. – 288с.
3. Герчиков В.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: Учебное пособие / В.И.Герчиков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 282с.
4. Ивановская Л.В. Управление персоналом организации: Учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Л.В. Ивановская. – М.: НИЦ ИНФРА – М, 2013. – 695с.
5. Кибанов А.Я. Управление персоналом: Учебное пособие / А.Я.Кибанов, Г.П.Гагаринская, О.Ю.Калмыкова, Е.В.Мюллер. – М.: НИЦ ИНФРА – М, 2013. – 238с.
6. Лукичева Л.И. Управление персоналом: Учебное пособие / Л.И. Лукичева; под ред. Ю.П.Анискин. – М.: Омега – Л, 2013. – 263с.
7. Мелихов Ю.Е. Управление персоналом: портфель надежных технологий: Учебно-практическое пособие / Ю.Е. Мелихов, П.А. Малув. – М.: Дашков и К, 2015. – 344с.
8. Яхонтова Е.С. Стратегическое управление персоналом: Учебное пособие / Е.С. Яхонтова. – М.: ИД Дело РАНХиГС, 2013. – 384с.

Дополнительная литература

1. Веснин В.Р. Управление персоналом в схемах: Учебное пособие / В.Р.Веснин. – М.: Проспект, 2015. – 96с.
2. Маслова В.М. Управление персоналом: толковый словарь / В.М.Маслова. – М.: Дашков и К, 2014. – 120с.
3. Сагадиев, К.А. Человеческий фактор в устойчивом развитии экономики Казахстана /К.А.Сагадиев. В кн.1: Кадровое обеспечение экономического роста Казахстана на пути вхождения в ряды конкурентоспособных стран мира: материалы межд. науч. - практ. конф., посвящ. 70-летию видного ученого-экономиста, ректора ЕврАзИРа Нурсейта А.Ш..20 марта 2008г. - Алматы: Экономика, 2009. - С.16-24.
4. Сагадиев К.А. Человеческий капитал и факторы его роста-Казахстанская правда .- 2013-21 февраля, № 65-66.-С.4
5. Сагадиев, К.А. О роли управленческих кадров в современных условиях/ К. А. Сагадиев // 3-ий Астанинский экономический форум. - Астана: Дворец Независимости: 2010. -1-2 июля.– С.3.

Нормативные правовые акты

1. Конституция Республики Казахстан. – Алматы: Жеті Жарғы, 2013.
2. Трудовой кодекс РК.

Официальные документы

1. Назарбаев Н.А. Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства: Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 14 декабря 2012 года.
2. Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 6 апреля 2015 года № 1030. <http://www.akorda.kz/>
3. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года утвержден Указом Президента Республики Казахстан № 922 от 1 февраля 2010 года. <http://www.akorda.kz/>
4. Государственная программа индустриально-инновационного развития утверждена Указом Президента Республики Казахстана № 874 от 1 августа 2014 года. <http://www.akorda.kz/>
5. Назарбаев Н.А. Двадцать шагов к Обществу всеобщего труда // Казахстанская правда. 2012. 11 июля.