

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»  
(ГУУ)  
Кафедра маркетинга

«Утверждаю»

Проректор

\_\_\_\_\_ А.В. Троицкий

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

**ПРОГРАММА КАНДИДАТСКОГО ЭКЗАМЕНА**  
**по специальной дисциплине**

Научная специальность  
5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика»  
«Маркетинг и бренд-менеджмент»

Отрасль науки  
Экономические

Москва – 2023

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа кандидатского экзамена по специальной дисциплине (далее «специальная дисциплина») по научной специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика» (Маркетинг и бренд-менеджмент) разработана в соответствии с положениями следующих нормативных актов:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 30.11.2021 № 2122 «Об утверждении Положения о подготовке научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре)»;

- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 20.10.2021 № 951 «Об утверждении федеральных государственных требований к структуре программ подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре, условиям их реализации, срокам освоения этих программ с учетом различных форм обучения, образовательных технологий и особенностей отдельных категорий аспирантов (адъюнктов)»;

- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.08.2021 № 786 «Об установлении соответствия направлений подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре) научным специальностям, предусмотренным номенклатурой научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени, утвержденной приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.02.2021 №118»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.03.2016 № 227 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), программам ординатуры, программам ассистентуры-стажировки»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 28.03.2014 № 247 «Об утверждении Порядка прикрепления лиц для сдачи кандидатских экзаменов, сдачи кандидатских экзаменов и их перечня» (с изменениями и дополнениями);

- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.02.2021 № 118 «Об утверждении номенклатуры научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени, и внесении изменения в Положение о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10 ноября 2017 г. № 1093».

## 2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ КАНДИДАТСКОГО ЭКЗАМЕНА

Целью проведения кандидатского экзамена по специальной дисциплине является оценка глубины профессиональных знаний и степени подготовленности соискателя ученой степени кандидата наук (аспиранта/прикрепленного лица) к самостоятельной научно-исследовательской работе по научной специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика» программы подготовки научных и научно-педагогических кадров «Маркетинг и бренд-менеджмент», по которой подготавливается или подготовлена диссертация:

– проверка сформированности фактических знаний, навыков и умений в области применения теоретико-методологических подходов области региональной и отраслевой экономики, использования междисциплинарных установок и общенаучных понятий в решении комплексных задач теории и практики в научной исследовательской деятельности;

– владение основными экономическими категориями и методами на уровне, позволяющем получать качественные результаты при решении теоретических и прикладных задач в области региональной и отраслевой экономики, маркетинга территорий, организаций и продукции;

– получение практических навыков аргументации в обосновании научного статуса и актуальности конкретной исследовательской задачи, в работе с неэмпирическими методами оценки выдвигаемых проблем и гипотез.

Сдача кандидатских экзаменов обязательна для присуждения ученой степени кандидата наук.

К кандидатскому экзамену допускаются аспиранты, полностью усвоившие программу специальной дисциплины и сдавшие экзамены, предусмотренные учебным планом на предыдущих этапах обучения.

## 3. СТРУКТУРА КАНДИДАТСКОГО ЭКЗАМЕНА

Кандидатский экзамен по специальной дисциплине по научной специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика» проводится в устной форме по билетам.

Экзаменационный билет включает в себя:

- один вопрос из раздела «Региональная экономика»,
- один вопрос из раздела «Основы теории управления экономическими системами»,
- один вопрос из программы по специализации «Маркетинг».

Количество дополнительных вопросов определяется качеством ответов экзаменуемого.

Аспирант, получив билет, письменно готовит конспект ответа на вопросы, устно отвечает на вопросы билета, а также на дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии. Продолжительность экзамена составляет 60 минут. Продолжительность устного ответа на экзамене – 20 минут, время на подготовку к ответу на экзаменационный билет – до 40 минут.

Комиссия по приему кандидатского экзамена по специальной дисциплине правомочна принимать кандидатский экзамен по специальной дисциплине, если в ее заседании участвуют не менее 3 специалистов, имеющих ученую степень кандидата или доктора наук по научной специальности, соответствующей специальной дисциплине, в том числе 1 доктор наук. Решение, принятое комиссией, оформляется протоколом по установленной Университетом форме.

#### **4. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ (СОДЕРЖАНИЕ) КАНДИДАТСКОГО ЭКЗАМЕНА**

Программа кандидатского экзамена состоит из трех разделов.

##### **Раздел 1. Региональная экономика**

Региональная экономика как отрасль знания - составная часть регионоведения - комплексной, интегральной социально-экономической науки.

Регион как предмет научного знания. Истоки возникновения науки «региональная экономика». Зарубежные научные школы и их теории. Российские ученые-регионалисты. Современные направления развития теорий региональной экономики.

Предмет региональной науки. Определение понятий «территория», «район», «регион». Содержание понятия «регион» и его функции. Экономический и социальный подходы к региону. Различные взгляды ученых на определение региона. Раскрытие сущности понятия «регион» и рассмотрение его в качестве предмета научного исследования. Целостная функциональная система региона. Общие и частные функции региональной экономики.

Теории пространственной и региональной экономики. Пространственная организация национальной экономики. Пространственное распределение экономических ресурсов. Размещение производительных сил: процесс стихийного или целенаправленного распределения по территории объектов и явлений.

Формы организации хозяйства и расселения. Локалитет. Промышленный узел. Транспортный узел. Агломерация. Городские населенные пункты. Сельские поселения. Урбанизация. Типы пространственной структуры.

Экономические связи региона. Формирование системы взаимодействующих регионов. Региональные экономические системы. Национальная экономика как система взаимодействующих регионов.

Территориальное деление (районирование) страны: административно-территориальное деление, общее экономическое районирование, трансгосударственные и межгосударственные регионы. Иерархии регионов.

Региональное экономическое развитие и его факторы. Проблемы сбалансированности регионального развития. Сбалансированность региональных социально-экономических комплексов.

Экономическое районирование. Оценка роли регионов в национальной экономике, их вклада в экономическое развитие страны.

Экономическое пространство: регион как часть экономического пространства, формы пространственной организации хозяйства и расселения, единое экономическое пространство страны. Пространственная (территориальная) структура экономики. Пространственная (территориальная) организация хозяйства. Характеристики и параметры экономического пространства. Региональная динамика и трансформации экономического пространства.

Теории и методы региональной экономики. Структура теорий региональной экономики: общие экономические теории (теории общего экономического равновесия, экономического воспроизводства, экономического роста и др.); теории развития региона; теории межрегиональных экономических отношений; теории размещения.

Фактор пространства в истории экономической мысли. Первые теории размещения: теория сельскохозяйственного штандорта (местоположения) Й.Тюнена; Рациональный штандорт промышленного предприятия В.Лаунхардта; теория промышленного штандорта А.Вебера. Теория центральных мест. Региональные рынки и пространственная теория цены. Теории региональной специализации и межрегиональной торговли: теории абсолютных и сравнительных преимуществ А.Смита и Д.Рикардо. Общая теория размещения: три основных направления. Учение о пространственной организации хозяйства А. Леша.

Структура региональной экономики по отраслям и формам собственности. Экономическая специализация регионов. Проблемы

региональной социально-экономической дифференциации. Инструменты сглаживания региональных диспропорций в национальной экономике.

Региональные и локальные рынки. Определение понятия «региональный рынок». Экономическая сущность регионального рынка. Роль и значение рынка в региональном воспроизводственном процессе. Основные характеристики регионального рынка. Основы существования развитого регионального рынка. Виды региональных рынков (городские, областные, межобластные, межреспубликанские, межрегиональные и т.д.). Система региональных рынков

Государственное регулирование регионального развития в Российской Федерации. Проблема обеспечения единства экономического пространства. Определение «региональной политики». Региональная экономическая политика: цели, инструменты, оценка результатов. Место региональной экономической политики. Федеральные программы регионального развития. Принципы разработки и реализации региональных программ. Практика регионального программирования.

Мониторинг социально-экономического развития регионов. Региональная экономическая динамика. Факторы устойчивости региональных экономических систем.

Теоретические и прикладные аспекты экономики федеративных отношений. Бюджетный федерализм.

Экономические и социальные проблемы местного самоуправления. Межмуниципальное сотрудничество. Особые экономико-правовые режимы регионального и местного развития. Особые региональные формы. Проблемные регионы и программы регионального развития. Опыт европейских стран. Специальные экономические зоны: свободные экономические зоны, зоны предпринимательства, технико-внедренческие зоны.

Оценка эффективности региональной экономической политики в Российской Федерации, федеральных округах, субъектах федерации и муниципальных образованиях. Оценка и прогнозирование перспектив развития региональных экономических систем.

## **Раздел 2. Основы теории управления социально-экономическими системами**

Сущность и функции управления. Наука управления, ее методы познания. Принципы управления экономическими системами, формы и методы их реализации. Эволюция теорий управления, современные теории управления. Управление и менеджмент. Этапы развития теории и практики

менеджмента. Современные теории организации. Принципы управления. Научные подходы и виды управления экономическими системами (традиционный или проблемно-ориентированный, процессный, системный, ситуационный, синергетический). Понятие системы управления.

Экономические системы как объект управления. Понятие, структура и классификация экономических систем по различным признакам (масштаб, сфера действия, формы собственности). Основные подсистемы и элементы экономической системы как объекты управления. Жизненный цикл экономической системы (формирование, развитие, дезинтеграция/распад) и прогнозирование развития экономических систем. Фазы развития экономической системы как объекты управления. Субъекты управления экономическими системами. Государство и корпорации. Транснациональные и региональные субъекты управления. Менеджеры как субъекты управления.

Функции управления: сущность и объективные предпосылки их развития. Место и роль функций в управленческом процессе. Классификация функций управления. Анализ как функция управления. Анализ организации и внешней среды ее деятельности. Планирование и прогнозирование в системе управления. Виды и системы планирования (нормативное и индикативное; программно-целевое и стратегическое; долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование). Подходы к прогнозированию и виды прогнозов. Организация и координация как функции управления. Содержание и принципы организации управления. Мотивация и стимулирование как функции управления. Природа, содержание и структура мотивации. Модели мотивационного управления. Мотивационное управление и результативность труда. Коммуникация как функция управления. Понятие коммуникации, ее основные характеристики. Значение коммуникации в постиндустриальном обществе. Контроль как функция управления. Сущность и виды контроля. Бенчмаркинг и современные тенденции развития контроля.

Организационно-правовые формы различных коммерческих и некоммерческих организаций (в том числе виртуальных), их объединений (ассоциации, союзы, финансово-промышленные группы, сети и др.) Стадии жизненного цикла организаций. Новые формы функционирования и развития' организаций как объектов управления. Теория и практика управления интеграционными образованиями. Управление в государственной организации и в коммерческой фирме: общее и особенное. Организационные формы управления. Сущность организационной структуры управления. Виды организационных структур. Система органов управления. Пути развития системы управления в новых условиях.

Основные методы управления, их классификация. Взаимосвязь

функций управления, процессов принятия и осуществления управленческих решений. Методы выполнения функций управления. Методы и этапы процесса принятия и осуществления управленческого решения. Методы решения слабо структурированных и сильно структурированных проблем. Построение дерева целей. Информационные системы поддержки принятия управленческих решений. Реализация решения. Контроль осуществления решения и получения ожидаемых результатов. Методы координации и формы регламентации управленческой деятельности.

Управление (руководство) организацией в целом. Культура организации и стиль руководства. Понятие, сущность и функции культуры организации, ее место в системе управления. Понятие и виды стиля руководства организацией. Роль лидерства и основные черты эффективного лидера. Управление изменениями и нововведениями. Концепция организационной подвижности. Теория и практика слияния и поглощения компаний. Реформирование предприятий: концепция, модель, программа. Реструктуризация: понятие, виды и возникающие проблемы. Организация мониторинга и контроль хода изменений. Сущность инновационного менеджмента, управленческие и технологические инновации. Принципы, методы и процесс организации нововведений. Управление риском. Понятие и критерии риска. Виды и факторы рисков. Анализ и оценка риска. Методы регулирования и оптимизации риска. Управление качеством. Понятие управления качеством. Принципы и виды управления качеством. Международные системы управления качеством. Управление человеческими ресурсами и кадровые технологии. Понятия человеческих ресурсов. Развитие человеческих ресурсов. Системы управления человеческими ресурсами организации. Обучение персонала. Управление человеческими ресурсами в концепции всеобщего управления качеством. Сущность, структура и специфика кадровых технологий. Содержание и основные функции оценки персонала. Отбор как кадровая технология. Управление карьерой персонала.

Понятие и характерные черты новой экономики («экономики знаний»). Изменение в содержании традиционных функций и форм управления. Понятие интеллектуального капитала и его роль в новой экономике. Управление формированием и развитием интеллектуального капитала; менеджмент знаний. Обучение как функция управления. Новые свойства информационного ресурса и роль информационных и коммуникационных технологий в производстве и управлении. Современные и перспективные формы и структуры организации управления (сетевые, виртуальные).

### **Раздел 3. Маркетинг**



Маркетинг и тенденции его развития в условиях глобализации деловой среды и постиндустриального общества. Перспективные направления научных исследований в области маркетинга. Ведущие международные научные журналы по тематике маркетинга. Глобальные отрасли. Цепь стратегических решений маркетинга, проблемы формирования и оценки. Подходы к формированию стратегии маркетинговой деятельности. Становление и проблемы развития стратегического маркетинга. Тенденции развития стратегического маркетинга как области научных знаний. Маркетинговый аудит и контроль в условиях информатизации.

Эволюция теории и практики маркетинга в XXI веке. Развитие концепций маркетинга. «Маркетинговый парадокс» Ж.-Ж. Ламбена и его причины. Альтернативные подходы к управлению организацией в условиях рынка.

Развитие инструментария стратегического маркетинга. Стратегическая ориентация организации: определение и эволюция в XX веке. Разновидности стратегической ориентации организации и их влияние на ее рыночный успех.

Проблемы и специфика маркетинговых исследований на b2b и b2c рынках. Маркетинговое исследование; виды, формы проведения, исполнители и перспективы развития. Крупнейшие исследовательские компании мира и РФ. Методы и проблемы сбора информации, анализа и интерпретации данных, презентации результатов и программные средства решения этих задач. CAPI, CATI, CAWI. Система маркетинговой информации: цели, функции, структура, средства формирования. Программные средства и КИС. Проблемы и возможности использования, тенденции развития в условиях глобализации. Исследования рынка: поведение потребителей, конкурентная структура, состояние и тенденции развития спроса; распределение ролей и долей конкурентов; варианты конкурентных стратегий. Детерминанты конкуренции Портера. Методы и тенденции развития конкурентного анализа. Сегментация рынков, стратегии достижения целевых рынков, позиционирование: технологии, инструменты, тенденции. Тенденции развития исследований на b2b и b2c рынках. Направления развития технологий, инструментов, методов, лучшие практики.

Этапы организации и выполнения маркетингового исследования. Техническое задание на исследование. Сроки проведения маркетингового исследования. Бюджет исследования. Организация взаимодействия с исследовательскими компаниями. Формы отчетов о проведенных исследованиях. Типовая структура отчета о проведенном маркетинговом исследовании. Состав и структура аналитического резюме. Принципы составления аналитического резюме. Виды, концепции и классификации

продуктов. Новые и инновационные продукты. Продукт, его виды и уровни. Многоуровневая концепция продукта. Маркетинговая классификация продуктов. Услуги. Жизненный цикл продукта и маркетинг. PDM, PLM. Тенденции развития исследований в области управления продуктом. Виды марок, марочный актив. Марочная стратегия. Неявные активы. Интеллектуальные продукты. Разработка нового продукта. Специфика маркетинга инноваций. Причины провала инноваций. Направления исследований в области управления продуктом.

Потребность в новых продуктах на b2b и b2c рынках. Политика продукта. Виды рисков при разработке продуктов. Стадии процесса разработки продукта. Организация разработки продукта. Жизненный цикл продукта: стадия внедрения продукта на рынок; рост; стадия зрелости; стадия спада.

Взаимозаменяемость продуктов. Взаимозависимость между продуктами: причины и формы. Взаимозаменяемость продуктов – продуктовый «каннибализм» и его сценарии. Взаимодополняемость продуктов. Стратегии ценообразования на взаимозаменяемые и взаимодополняющие продукты.

Инструменты маркетинга на рынке услуг. Методы продвижения услуг. Методы удержания и завоевания клиентов.

Роль цены в маркетинге. Цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Цели ценовой политики, методы и стратегии ценообразования. Модели ценовых решений. Тенденции развития методов и технологий ценообразования в маркетинге.

Базисные ценовые стратегии на b2b и b2c рынках. Стратегии ценовой и неценовой конкуренции. Условия применения ценовой и неценовой конкуренции в качестве стратегии. Влияние стратегий ценовой и неценовой конкуренции на спрос.

Маркетинговые каналы и инструменты продвижения на различных рынках. Функции, виды и управление маркетинговыми каналами и продвижением. Логистика, основные логистические функции и их маркетинговое значение. Экстранет. SCM. Тенденции развития маркетинговых каналов и их исследований. Оптовые и розничные посредники; типы и стратегии. Крупнейшие торговые сети; тенденции развития. Трейд-маркетинг; задачи, инструменты и сферы использования. Электронная коммерция. Личные продажи и их классификация. Процесс продаж. Управление службой продаж и новые информационные технологии, программные средства. Тенденции развития систем управления продажами. Маркетинговые коммуникации; цели и средства, основная модель

коммуникации; иерархия коммуникационных эффектов. Интеграция, планирование, оценка эффективности. Коммуникационные компании мира и РФ. Тенденции развития маркетинговых коммуникаций и их исследований.

Новации в области распределения/продвижения на различных рынках. Конфликт в распределении и продвижении. Сбытовая сеть. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций. Возможности и перспективы использования IT в распределении и продвижении продуктов.

Технологии управления брендом. Проблемы развития брендинга как области научных знаний. Управление процессом формирования индивидуальности бренда. Методический инструментарий создания, развития и оценки бренда. Проблемы оценки бренд-капитала. Стратегия бренда

Позиционирование бренда. Архитектура бренда. Основные виды архитектуры бренда. Название бренда. Типы названий торговых марок. Свойства коммуникативно эффективного названия бренда. Лингвистические, содержательные и юридические критерии выбора названия бренда. Специальные методики отбора названия бренда. Ключевая фраза (слоган). Слагаемые ценности ключевой фразы. Основные качества ключевых фраз. Типы ключевых фраз. Фирменный знак. Типология фирменных знаков.

**6. ВОПРОСЫ К КАНДИДАТСКОМУ ЭКЗАМЕНУ  
ПО НАУЧНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
5.2.3. «РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА»  
«МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»**

1. Региональная инновационная инфраструктура: экономическая сущность, роль в производственном процессе, состав, направления развития.
2. Региональная финансово-кредитная инфраструктура: экономическая сущность, роль в производственном процессе, состав, направления развития.
3. Региональная экономика: понятие, предмет и объекты изучения региональной экономики.
4. Объекты изучения региональной экономики.
5. Характеристики региональной экономики.
6. Техническая база региональной экономики.
7. Сырьевая и энергетическая база региональной экономики.
8. Финансовые ресурсы региона.
9. Основные положения государственной региональной политики.
10. Вертикаль власти как фактор повышения управляемости регионами РФ.
11. Современная концепция развития региональной экономики.
12. Совокупность и взаимодействие интересов как исходная позиция в развитии региональной экономики.
13. Факторы, определяющие экономический потенциал региона.
14. Основные социальные характеристики региональной экономики.
15. Основные производственные характеристики региональной экономики.
16. Региональный рынок как сфера региональной экономики.
17. Задачи формирования и развития регионального рынка.
18. Трудовые ресурсы, рабочая сила, кадры и трудовой потенциал региона: понятия, взаимосвязи.
19. Управление экономикой региона.
20. Функции государства и территориальных органов власти по регулированию рыночной экономики.
21. Современные проблемы развития региональной экономики.
22. Оценка состояния региональной экономики, выявление резервов ее развития.
23. Институциональная экономика региона: предпосылки возникновения и направления развития.
24. Комплексный прогноз развития региона.

25. Оценка роли регионов в национальной экономике, их вклада в экономическое развитие страны.
26. Инструменты сглаживания региональных диспропорций в национальной экономике.
27. Межмуниципальное сотрудничество.
28. Мониторинг социально-экономического развития регионов.
29. Виды и критерии риска, методы регулирования и оптимизации риска.
30. Инструменты стратегического планирования.
31. Место культуры организации в системе управления.
32. Методы координации и формы регламентации управленческой деятельности.
33. Понятие интеллектуального капитала и его роль в экономике.
34. Понятие систем управления, сущность и функции управления.
35. Принципы и виды управления качеством. Международные системы управления качеством.
36. Принципы управления экономическими системами, формы и методы их реализации.
37. Реструктуризация: понятие, виды и возникающие проблемы.
38. Реформирование предприятий: концепция, модель, программа.
39. Роль информационных и коммуникационных технологий в производстве и управлении.
40. Специфика кадровых технологий, система управления человеческими ресурсами.
41. Стадии жизненного цикла организации.
42. Управление адаптацией кадров в организации.
43. Функции управления и их роль в управленческом процессе.
44. Этапы процесса принятия и осуществления управленческих решений.
45. Государственное регулирование промышленного производства в системе рыночных отношений.
46. Законы рыночной экономики: стоимости, рыночного равновесия, экономии ресурсов, спроса и предложения; их взаимосвязь с ценой.
47. Инвестиции и капиталовложения, их сущность, экономическая роль, источники финансирования, показатели эффективности использования.
48. Маржинальный доход: его сущность и роль в экономике предприятия.
49. Методика выбора рациональной отраслевой структуры предприятия.
50. Методы определения рациональных (оптимальных) размеров предприятий и подразделений.
51. Основные проблемы развития предприятий на современном этапе.
52. Проблемы повышения конкурентоспособности инновационной

- продукции, снижение издержек на производство и сбыт продукции.
53. Показатели, характеризующие уровень финансовой устойчивости предприятия.
  54. Расширенное воспроизводство в современной российской экономике, его особенности, задачи, показатели.
  55. Сущность и роль рыночного механизма, субъекты рыночных отношений. Система рынков, их краткая характеристика.
  56. Сущность, виды и показатели эффективности инновационного производства, пути ее повышения.
  57. Сущность, экономическая роль и эффективность концентрации, кооперации в народном хозяйстве России.
  58. Цена и ценообразование на продукцию, работы, услуги; методы ценообразования. Государственное регулирование цен на продукцию.
  59. Индекс покупательной способности рубля. Сущность инфляции и инфляционных процессов.
  60. Формирование кластеров в различных областях экономики: проблемы и перспективы.
  61. Лидерство в менеджменте. Основные теории лидерства.
  62. Сущность стратегического мышления.
  63. Управление процессами трансформации бизнеса.
  64. Современное состояние развитие управления.
  65. Эффективность управления.
  66. Эволюция теории, методологии и практики маркетинга, направления развития маркетинговых технологий, инструментов, методов, лучшие практики.
  67. Технологии, инструменты, методы анализа маркетинговой деятельности и развития организационных структур маркетинга.
  68. Формы, технологии, инструменты, методы управления маркетинговой деятельностью.
  69. Инструменты, методы, лучшие практики маркетинга на рынке услуг.
  70. Особенности методологии научных исследований в области маркетинга и направления ее совершенствования.
  71. Современные проблемы стратегического маркетинга.
  72. Современные проблемы брендинга.
  73. Развитие методологии и технологий маркетинговых исследований.
  74. Исследование проблем теории и практики управления продуктом.
  75. Проблемы ценообразования.
  76. Проблемы распределения и продвижения продуктов.
  77. Проблемы и специфика маркетинговых исследований на b2b и b2c рынках

78. Взаимозависимость между продуктами: причины и формы.
79. Маркетинговые каналы и инструменты продвижения на различных рынках: функции, виды и управление маркетинговыми каналами и продвижением.
80. Новации в области распределения/продвижения на различных рынках.

**6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА АСПИРАНТА В ХОДЕ  
КАНДИДАТСКОГО ЭКЗАМЕНА ПО НАУЧНОЙ  
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

**5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика»  
«Маркетинг и бренд-менеджмент»**

Оценка		Формулировка требований к ответу аспиранта
цифрой	прописью	
2	<i>неудовлетворительно</i>	правильно ответил меньше чем на 50% вопросов экзаменационного билета, при устном ответе не раскрыл основные содержательные моменты, имеются нарушения единой логики изложения, допущены неточности в трактовке основных понятий, присутствует подмена одних понятий другими.
3	<i>удовлетворительно</i>	правильно ответил минимум на 50% вопросов экзаменационного билета. При устном ответе в целом раскрыл основные содержательные моменты, однако имеются нарушения единой логики изложения, допущены неточности в трактовке основных понятий, присутствует подмена одних понятий другими.
4	<i>хорошо</i>	правильно ответил минимум на 75% вопросов экзаменационного билета. При устном ответе достаточно полно сформулировал и раскрыл основные содержательные моменты, в достаточной степени показал владение понятийно - категориальном аппаратом, при ответе встречаются недостаточно обоснованные утверждения.
5	<i>отлично</i>	правильно ответил на все вопросы экзаменационного билета, при этом обосновал актуальность поставленных в вопросах проблем, четко сформулировал основные содержательные моменты. Показал владение понятийно - категориальным аппаратом.

**7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ  
ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАНДИДАТСКОГО ЭКЗАМЕНА ПО  
СПЕЦИАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**Основная литература:**

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Выходные данные, объем	ЭБС	Адрес доступа в ЭБС
1.	Амадаев А.А.	Управление инвестиционно-инновационной привлекательностью в реальном секторе региональной экономики	Москва : Дашков и К, 2012. - 219 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/450880">https://znanium.com/catalog/product/450880</a>
2.	Беилин И. Л.	Методологические подходы к организации региональной экономики	Москва : ИНФРА-М, 2020. — 202 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1045822">https://znanium.com/catalog/product/1045822</a>
3.	Буров М.П.	Региональная экономика и управление территориальным развитием	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 446 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1091145">https://znanium.com/catalog/product/1091145</a>
4.	Василенко Н.В.	Экономика сферы услуг	Москва : ИНФРА-М, 2022. — 439 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1745921">https://znanium.com/catalog/product/1745921</a>
5.	Жигулина М.А.	Экономика отрасли	Норильск : НГИИ, 2020. — 102 с.	Лань	<a href="https://e.lanbook.com/book/155920">https://e.lanbook.com/book/155920</a>
6.	Овчаров А.О.	Методология научного исследования	Москва : ИНФРА-М, 2023. — 310 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1913251">https://znanium.com/catalog/product/1913251</a>
7.	Эскиндарова М.А.	Предпринимательство и бизнес: финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития	Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. – 710 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1442298">https://znanium.com/catalog/product/1442298</a>
8.	Резник С.Д.	Аспирант вуза: технологии научного творчества и	Москва : ИНФРА-М, 2022. – 388 с.	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1852167">https://znanium.com/catalog/product/1852167</a>



		педагогической деятельности			
9.	Селищева Т.А.	Региональная экономика	Москва : ИНФРА-М, 2022. – 469 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1846296">https://znanium.com/catalog/product/1846296</a>
10.	Наумов В.Н.	Стратегический маркетинг	Москва: ИНФРА-М, 2020. – 356 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1021445">https://znanium.com/catalog/product/1021445</a>

### Дополнительная литература:

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Выходные данные, объем	ЭБС	Адрес доступа в ЭБС
1.	Дамодаран А.	Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов	Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 1316 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1838938">https://znanium.com/catalog/product/1838938</a>
2.	Назина Д.И., Кокурина С.И.	Инновационная политика	Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 232 с.	Юрайт	<a href="https://urait.ru/bcode/517470">https://urait.ru/bcode/517470</a>
3.	Ойнер О.К.	Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения: монография	Москва: ИНФРА-М, 2020. – 220 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1094555">https://znanium.com/catalog/product/1094555</a>
4.	Мельников В.В.	Государственное регулирование экономики	Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2020. – 240 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1869270">https://znanium.com/catalog/product/1869270</a>
5.	Мидлер Е.А.	Региональная экономика и территориальное управление	Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство ЮФУ, 2019. – 100 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1308377">https://znanium.com/catalog/product/1308377</a>

6.	Райзберг Б.А.	Курс экономики	Москва : ИНФРА- М, 2022. — 686 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1735645">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1735645</a>
7.	Урунов А.А.	Региональная экономика	Москва : ИНФРА- М, 2020. — 366 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1013012">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1013012</a>
8.	Ускова Т.В.	Структурная трансформация региональной экономики	Вологда : ВолНЦ РАН, 2020. - 232 с.	Лань	<a href="https://e.lanbook.com/book/19&lt;br/&gt;5303">https://e.lanbook.com/book/19 5303</a>
9.	Пахомов а Н.В., Рихтер К.К.	Экономика отраслевых рынков	Санкт- Петербур г: СПбГУ, 2019. - 640 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1245431">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1245431</a>
10.	Чуланова О.Л.	Современные технологии кадрового менеджмента: актуализация в русской практике, возможности, риски: монография	Москва: ИНФРА- М, 2020. — 364 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1042593">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1042593</a>
11.	Латышов а Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К.	Клиентоориенти рованность: исследования, стратегии, технологии: монография	Москва: ИНФРА- М, 2020. — 241 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1058297">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1058297</a>
12.	Сухарев О.С.	Методология и возможности экономической науки: Монография	М.: КУРС: НИЦ ИНФРА- М, 2019. - 368 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1002560">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1002560</a>
13.	Егоршин А.П.	Эффективный менеджмент организации	Москва: ИНФРА- М, 2020. — 388 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1082421">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1082421</a>
14.	Скоробог атых И.И., Сидорчу к Р.Р., Андреева С.Н.	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности:	Москва: ИНФРА- М, 2020. — 589 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/pr&lt;br/&gt;oduct/1003504">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1003504</a>

15.	Рыжиков а, Т.Н.	Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик	Москва: ИНФРА- М, 2020. – 288 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1069144">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1069144</a>
16.	Шарков, Ф.И.	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы	Москва: «Дашков и К°», 2020. – 270 с.	Znani um	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1093679">https://znanium.com/catalog/pr oduct/1093679</a>

### Периодические издания:

№ п/ п	Наименование	Вид издани я	Наличие в библиотеке/ ЭБС	Адрес доступа в ЭБС
1.	Экономика. Бизнес. Банки: международ ный научно- практически й журнал	Журн ал	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=a0d2892e-e8c0-11ec-8ac3-90b11c31de4c">https://znanium.com/catalog/magazines/issues?re f=a0d2892e-e8c0-11ec-8ac3-90b11c31de4c</a>
2.	НИР.Эконом ика фирмы	Журн ал	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=91f69750-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2">https://znanium.com/catalog/magazines/issues?re f=91f69750-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2</a>
3.	Журнал экономическ их исследовани й	Журн ал	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=e356976c-3cf0-11e5-886b-90b11c31de4c">https://znanium.com/catalog/magazines/issues?re f=e356976c-3cf0-11e5-886b-90b11c31de4c</a>
4.	НИР.Эконом ика	Журн ал	Znanium	<a href="https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=77d2f791-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2">https://znanium.com/catalog/magazines/issues?re f=77d2f791-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2</a>

### Электронные образовательные и информационные ресурсы:

№ п/п	Наименование	Адрес доступа	Договор/бесплатно
1.	Электронно-библиотечная система «Znanium.com»	<a href="http://new.znanium.com/">http://new.znanium.com/</a>	Договор от 25.01.2022 № 11/УС/223/21, срок доступа 08.02.2022 – 07.02.2023
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	<a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</a>	Договор от 27.01.2022 № 12/УС/223/22, срок доступа 07.02.2022 – 06.02.2023

3.	Электронно-библиотечная система «IPRbooks»	www.iprbookshop.ru	Договор от 25.08.2021 № 175/УС/223/20, срок доступа 01.09.2021 – 31.08.2022
4.	Образовательная платформа ЮРАЙТ	https://urait.ru/	Договор от 28.03.2022 № 62/УС/223/22 срок доступа 01.04.2022-31.08.2023
5.	Электронная библиотечная система «BOOK.ru»	www.book.ru	Договор от 19.04.2022 № 88/УС/223/22, срок доступа 26.04.2022-31.08.2023
6.	Электронная библиотека Grebennikon «Издательского дома «Гребенников»	http://grebennikon.ru	Договор от 28.12.2021 № 84/ИА/2021, срок доступа 09.01.2022-08.01.2023
7.	Национальная электронная библиотека (НЭБ), в том числе полнотекстовая коллекция «Авторефератов и диссертаций РГБ»	http://нэб.рф	Договор от 09.11.2017 № 101/НБ/2494, срок доступа: 5 лет с последующей пролонгацией
8.	Национальный цифровой ресурс «Рукопт»	http://lib.rucont.ru	Договор от 19.04.2022 №07/ГУУ срок доступа 25.04.2022-31.08.2023
9.	Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»	www.iprbookshop.ru	Договор от 29.08.2022 № 9459/22П/К/И, срок доступа 01.09.2022 – 31.08.2023

**Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

№ п/п	Наименование	Адрес доступа	Возможность доступа
<i>Информационно-справочные системы</i>			
1	Правовая поисковая система «СПС КонсультантПлюс»	<u>доступ с территории Научной библиотеки</u>	Договор от 27.10.2015 № б/н срок доступа - бессрочно

2	Правовая поисковая система «Гарант»	<u>доступ с территории Научной библиотеки</u>	Договор от 23.10.2015 № 13А/320Я/2015, срок доступа - бессрочно
<i>Профессиональные базы данных</i>			
1	База данных Social Science Research Network (SSRN)	<a href="http://www.ssoar.info/">http://www.ssoar.info/</a>	бесплатно
2	Федеральная служба государственной статистики (Росстат)	<a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a>	бесплатно
4	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	<a href="https://iq.hse.ru/">https://iq.hse.ru/</a>	бесплатно
5	База данных статистического агентства Statista	<a href="https://www.statista.com/">https://www.statista.com/</a>	бесплатно

Программа разработана

Доктором экономических наук,  
профессором Азовым Г.Л.

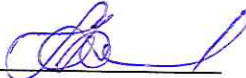
Программа рассмотрена и принята  
на заседании кафедры

маркетинга

Протокол заседания кафедры

от «27» января 2023 г. № 4

Заведующий кафедрой

  
\_\_\_\_\_  
(подпись) Г.Л.Азов  
(ФИО)

Программа рассмотрена на заседании Ученого совета Института маркетинга

Образец билета

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

---

Кандидатский экзамен

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № Образец

Утверждено  
Директор ДАПиРОП  
\_\_\_\_\_ Краснов Е.В.  
(личная подпись)

Специальная дисциплина

Специальность: Маркетинг и бренд-менеджмент

1. Инновационная инфраструктура: экономическая сущность, роль в производственном процессе, состав, направления развития.
2. Функции управления и их роль в управленческом процессе.
3. Развитие методологии и технологий маркетинговых исследований.