

ПРОГРАММА

вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.05 Бизнес-информатика

Вступительный экзамен является междисциплинарным и проводится в письменной форме. На написание ответа по билету отводится 2 (два) астрономических часа.

К вступительным испытаниям в магистратуру допускаются лица, имеющие документ государственного образца о высшем образовании. Вступительные испытания призваны определить степень готовности поступающего к освоению основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.05 «Бизнес-информатика»

Прием осуществляется на конкурсной основе по результатам вступительных испытаний.

Программа содержит описание формы вступительных испытаний, перечень дисциплин, входящих в комплексный экзамен, перечень вопросов и список рекомендуемой для подготовки литературы.

Целью вступительного экзамена является формирование группы подготовленных и мотивированных для прохождения обучения в магистратуре магистрантов на основе отбора абитуриентов, наиболее полно и качественно раскрывших экзаменационные вопросы. Вступительный экзамен проводится в письменной форме. Экзаменационный билет содержит три вопроса. Оценка вступительного испытания выставляется по стобалльной шкале.

Условия, конкретные сроки прохождения и порядок организации вступительного экзамена определяются Правилами приёма, графиками проведения вступительных испытаний, программой вступительного экзамена.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА ПОСТУПАЮЩЕГО

Количество баллов, которое может набрать поступающий по результатам ответа на первый и третий вопросы, варьируется от 0 до 30 (в зависимости от качества ответа).

Количество баллов, которое может набрать поступающий по результатам ответа на второй вопрос, варьируется от 0 до 40 (в зависимости от качества ответа).

Максимальное количество выделенных на соответствующий вопрос баллов ставится при исчерпывающем ответе на вопрос. Половина выделенных на соответствующий вопрос баллов ставится при неполном ответе на вопрос экзаменационного билета.

Неправильный ответ оценивается в 0 баллов.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания на магистерскую программу

подготовки составляет 60 баллов.

СТРУКТУРА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА

Вступительный экзамен имеет комплексный характер и включает следующие тематические блоки:

- «АРХИТЕКТУРА КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ»
- «МОДЕЛИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ»
- «ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»
- «МЕНЕДЖМЕНТ»
- «МАРКЕТИНГ»

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА

«АРХИТЕКТУРА КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ»

1. Архитектура CRM-систем.
2. Архитектура ERP-систем.
3. Архитектура ERP-систем.
4. Архитектура MRP-систем.
5. Архитектура MRP-систем.
6. Архитектура SCM-систем.
7. Информация в бизнесе. Информационная поддержка бизнеса. Классификация корпоративных информационных систем.
8. Системы электронного документооборота.
9. Структура корпоративных информационных систем. Основные функциональные задачи.
10. Управленческие автоматизированные информационные системы.

Концепция интегрированной управленческой АИС.

«МОДЕЛИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ»

1. BPM-платформы - назначение, ключевые особенности
2. Инструментальный анализ бизнес-процессов – возможности современных систем
3. Инструментарий Business Analyses - назначение, ключевые особенности
4. Классификация средств моделирования и бизнес-процессов
5. Методология BPMN - назначение, ключевые особенности
6. Назначение эталонных и референтных моделей.
7. Методология SDAT – назначение, ключевые особенности
8. Объектная методология (UML и пр.) - назначение, ключевые особенности
9. Определение процесса. Основные характеристики (свойства) процесса. Основные элементы процесса.
10. Основные нотации моделирования бизнес-процессов
11. Основные области описания и моделирования организации
12. Понятие CASE средств
13. Статическое и динамическое моделирование – различие, назначение и

свойства

14. Уровни описания деятельности организации. Подходы к описанию организационной структуры. Принципы выделения бизнес-процессов

«ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»

1. Интернет-маркетинг. Маркетинговые исследования в Интернет. Проблемы конверсии и лояльности.
2. Интернет-реклама, виды интернет-рекламы. Оценка эффективности интернет-рекламы.
3. Программная платформа электронного предприятия: фронт-офис и бэк-офис.
4. Информационно-справочные системы. Бизнес-модели информационно-справочных систем.
5. Оценка эффективности электронных и квазиэлектронных предприятий. TotalCost Ownership, Balanced Scorecard.
6. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».
7. Телекоммуникационная платформа электронного предприятия. Принципы и модели построения.
8. Электронная коммерция: B2B. Виртуальные торговые площадки
9. Электронная коммерция: B2C. Интернет-магазины.
10. Электронные платежные системы: основные виды и принцип функционирования.
11. Электронные финансовые структуры. Интернет-банкинг, интернет-страхование, интернет-трейдинг.

«МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Концепция ситуативного лидерства Бленчарда. Четыре типа стилей в пространстве «Директивность – Поддержка». Соответствие стиля ситуативного лидерства уровню развития навыков подчиненных.
2. Определение целей фирмы. Виды целей. Требования к формулированию целей. Цели фирмы и цели менеджеров.
3. Определение миссии фирмы (организации). Стратегии фирмы. Типовые стратегии фирмы в условиях конкуренции по М. Портеру.
4. Оценка стратегической зоны хозяйствования (бизнеса) на основе матрицы Бостонской Консультативной Группы.
5. Системный подход к управлению. Взаимодействие внутренней и внешней среды фирмы. Факторы внешней среды, как источники возможностей и угроз. Внутренняя среда фирмы – анализ сильных и слабых сторон (SWOT-анализ).

«МАРКЕТИНГ»

1. Конкурентные преимущества товара и фирмы на рынке.
2. Основные задачи маркетинга в бизнесе. Функции маркетинга в организации. Бюджет маркетинга.
3. Основные этапы жизненного цикла товара на рынке и их влияние на

политику фирмы.

4. Пять основных конкурентных сил, действующих на фирму в условиях рынка. Модель М. Портера.

5. Рекламная политика фирмы, ее функции и средства. Роль рекламы на различных этапах жизненного цикла товара.

6. Сегментация рынка. Назначение и виды сегментации. Критерии сегментирования. Выбор целевого сегмента. Оценка доли рынка и анализ динамики ее развития.

7. Стимулирование сбыта и сбытовые каналы. Функции каналов сбыта и конкуренция в сбытовой сети.

8. Товарный ассортимент и его характеристики. Стратегия товарного ассортимента.

9. Ценовая политика фирмы. Методы определения цены. Факторы, влияющие на установление цены.

Список основной литературы:

1. Волк, В. К. Базы данных. Проектирование, программирование, управление и администрирование : учебник / В. К. Волк. - Санкт-Петербург : Лань, 2020. - 244 с. - ЭБС Лань.
2. Нестеров, С.А. Базы данных : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / С. А. Нестеров. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 230 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Internet access.
3. Волков, Д. А. Базы данных : учебно-методическое пособие / Д. А. Волков.
4. - Москва : МИСИ-МГСУ, Ай Пи Эр Медиа
5. Информационные системы и технологии. Теория надежности : учебное пособие для вузов / В. А. Богатырев. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 318 с.
6. Информационные системы управления эффективностью бизнеса: Учебник и практикум / Б. Е. Одинцов. - М.: Издательство Юрайт, 2018.
7. Информационный менеджмент. Механизмы управления и борьбы в бизнесе и политике : словарь-справочник / В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин. - Москва : Академический Проект, 2020.
8. Менеджмент в сфере информационных технологий : учебное пособие / М.В. Трофимова. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015.
9. Управление ИТ-проектами и процессами : учебник для вузов / А. В. Чекмарев. - Москва : Юрайт, 2020.
10. Электронный бизнес: Учебное пособие / А. А. Кудряшов. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017.

Список дополнительной литературы

11. Моделирование систем и процессов: Учебник / В. Н. Волкова. - М.: Издательство Юрайт, 2018.
12. Проектирование информационных систем : учебное пособие / О. М. Барбаков, А. С. Еропкина ; ТИУ. - Тюмень : ТИУ, 2018.
13. Современные информационные технологии для автоматизации бизнес-процессов / А. С. Еропкина, Ю. А. Зобнин ; ТИУ. - Тюмень : ТИУ, 2018. - 156 с

Разработчик:

Руководитель магистерской
программы «Электронный бизнес»

Л.Р. Магомаева

Согласовано

Директор ДУМР

М.А. Магомаева

