

1 вариант

1. Сущность рынка. Функции рынка. Принципы рынка. Виды рынков.
2. Менеджмент как наука, факторы и система менеджмента. Черты и стадии менеджмента.
3. Рынок продавца, рынок покупателя. Виды маркетинга в зависимости от ситуации на рынке.

2 вариант

1. Законы рынка. Черты рыночной экономики. Преимущества рыночной экономики над другими экономическими системами.
2. Недостатки рыночной экономики как экономической системы.
3. Стратегическое, фактическое и оперативное планирования

3 вариант

1. Понятие предприятия. Цель функционирования предприятия. Признаки предприятия. Принципы деятельности предприятия.
2. Построение матрицы SWOT, разработка рекомендаций.
3. Изучение личной тревожности и стрессового состояния.

4 вариант

1. Функции предприятия. Типы предприятий.
2. Организационно-правовые формы предприятий. Объединения предприятий.
3. Функциональное назначение маркетинга, состав функций.

5 вариант

1. Механизм функционирования предприятия в условиях рыночной экономики. Факторы, влияющие на эффективное функционирование предприятия (внешние и внутренние)
2. Государственное воздействие на предпринимательскую деятельность: предпосылки, методы, виды экономической политики государства.
3. Субъекты маркетинга.

6 вариант

1. Экономическая сущность основных фондов. Состав и классификация основных средств по функциональному назначению, по принадлежности, по натурально-вещественному составу, по отраслям и в зависимости от степени влияния на предмет труда.
2. Цель, принципы, структура маркетинга.
3. Причины возникновения стресса. Борьба со стрессом, приемы снятия стресса.

7 вариант

1. Учет и оценка основных средств. Первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость основных средств.
2. Понятие рынка. Исходные идеи, лежащие в основе рынка. Рынок продавца, рынок покупателя.
3. Деловое общение

8 вариант

1. Амортизация основных средств. Воспроизводство основных средств. Формы простого воспроизводства основных средств.
2. Управленческое общение
3. Понятие маркетинговой среды.
4. Основные элементы макросреды функционирования организации.

9 вариант

1. Источники воспроизводства основных средств. Показатели использования основных средств. Пути улучшения использования основных средств на предприятии.
2. Понятие сегмента, сегментации, сегментирования. Экономические, социально-демографические, географические, психологические, потребительские признаки сегментации потребительских рынков.
3. Основные критерии оценки сегмента рынка. «Дерево сегментации». «Матрица сегментации».

10 Вариант

1. Экономическая сущность оборотного капитала. Состав и структура оборотного капитала (оборотных средств).
2. Организации-потребители. Простая и развернутая модели покупательского поведения.
3. Конкретные функции. Аппарат управления. Матрица функций.