

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВИПРОБУВАННЯ

З дисципліни «Основи менеджменту»

1. Суть поняття «менеджмент».
2. Поняття «менеджмент». Співвідношення понять «підприємець», «менеджер», «спеціаліст».
3. Співвідношення понять «менеджмент» і «управління».
4. Сутність і ознаки організації.
5. Розподіл праці в організації.
6. Сутність розподілу праці.
7. Сутність та види планування.
8. Повноваження, відповідальність, делегування.
9. Порядок складання бізнес-плану
10. Поняття «функція організації» у менеджменті.
11. Обов'язки та повноваження, їх сутність.
12. Поняття та види мотивації.
13. Економічні та неекономічні стимули.
14. Ієрархії потреб А. Маслоу.
15. Сутність, основні елементи і завдання контролю.
16. Поточний та попередній контроль.
17. Сутність і основні завдання підсумкового контролю
18. Регулювання як функція менеджменту.
19. Сутність управлінських рішень.
20. Комунікації як сполучний процес у менеджменті. Поняття «комунікації».
21. Шляхи подолання комунікаційних шумів (перешкод) в міжособистісному та діловому спілкуванні.
22. Ділові переговори. Стратегії проведення переговорів.
23. Прийоми ведення переговорів.
24. Наради та правила їх проведення.
25. Природа лідерства. Сутність поняття «лідерство».
26. Основні відмінності між лідером і керівником.
27. Формальне лідерство. Неформальне лідерство.
28. Визначення поняття «управлінське рішення».
29. Поняття «конфлікт», причини конфліктів.
30. Методи розв'язання конфліктів.

З дисципліни «Основи маркетингу»

1. Виникнення та основні етапи розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Принципи, цілі, завдання та функції маркетингу.
4. Класифікація маркетингу.
5. Основні категорії маркетингу та їх характеристика.
6. Поняття комплексу маркетингу «4Р» та «7Р».

7. Основні сфери застосування маркетингу.
8. Макросередовище та його вплив на маркетингову діяльність.
9. Мікросередовище організації та його основні складові.
10. Основні етапи маркетингового дослідження.
11. Оцінка кон'юнктури ринку.
12. Особливості та методи проведення досліджень конкретних об'єктів.
13. Характеристика недиференційованого, диференційованого та концентрованого варіанту охоплення ринку.
14. Принципи та критерії сегментацій ринків.
15. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.
16. Позичонування товару на ринку.
17. Сутність та структура маркетингової товарної політики.
18. Рівні, класифікація та маркетингова концепція товарів.
19. Поняття про товарну марку, її типи.
20. Створення та впровадження на ринок нових товарів.
21. Характеристика етапів життєвого циклу товарів.
22. Конкурентоспроможність товару, методи визначення та система показників, що її характеризують.
23. Поняття товарного асортименту та номенклатури товарів підприємства й управління ними.
24. Види цінової політики та цінових стратегій.
25. Суть, методи та функції маркетингової політики розподілу.
26. Основні характеристики каналів розподілу.
27. Сутність маркетингової політики комунікацій.
28. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
29. Просування товару.
30. Розробка комунікаційної програми.

З дисципліни «Етика ділового спілкування»

1. Етика, її зміст. Категорії етики.
2. Види етики. Етика ділового спілкування, її предмет та завдання.
3. Спілкування, його суть, мета та значення у життєдіяльності людей.
4. Особливості ділового спілкування.
5. Класифікація видів спілкування у психології.
6. Структура спілкування. Спілкування як обмін інформацією.
7. Рівні спілкування: співробітництво та суперництво. Трансакції.
8. Спілкування як сприймання та розуміння один одного.
9. Ефективність спілкування.
10. Способи протистояння негативному впливу.
11. Типи співрозмовників.
12. Психологічні бар'єри у спілкуванні.
13. Вербальне спілкування, його види та характеристика.
14. Культура мови та мовлення. Культура слухання.
15. Основні засоби ділового спілкування.
16. Ділове листування.

17. Ділове спілкування телефоном.
18. Невербальні засоби спілкування.
19. Культура поведінки фахівця. Етичні кодекси.
20. Етика спішування «керівник – підлеглий», «підлеглий – керівник», «співробітник – співробітник».
21. Етичні правила спілкування зі споживачами.
22. Етика спілкування з діловими партнерами.
23. Етика спілкування з конкурентами.
24. Етичні принципи реклами.
25. Етика поведінки фахівця під час спілкування з іноземцями.
26. Особливості ділового спілкування з іноземцями: листування, організація та проведення переговорів, стилі спілкування.
27. Етика невербального спілкування з іноземцями.
28. Імідж та його основні характеристики. Основні вимоги до зовнішнього вигляду фахівця.
29. Поняття про етикет. Види етикету. Особливості ділового етикету. Правила етикету.
30. Ділова атрибутика, візитні картки, подарунки.