

**Перелік питань до модульної контрольної роботи
навчальної дисципліни
«Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»**

1. Суть, поняття, цілі і завдання менеджменту.
2. Предмет, суб'єкт, об'єкт менеджменту.
3. Механізми впливу менеджменту на людину.
4. Основні історичні етапи і школи менеджменту.
5. Сучасна парадигма менеджменту.
6. Горизонтальний і вертикальний розподіл праці управлінських працівників.
7. Відмінності між поняттями менеджмент та управління.
8. Північноамериканська, західноєвропейська, японська модель менеджменту.
9. Найбільш важливі положення управління українською економікою та становлення сучасного вітчизняного менеджменту.
10. Сутність та класифікація функції менеджменту.
11. Функція організації в менеджменті.
12. Прогнозування і планування - провідна функція в системі управління.
13. Аналіз середовища за методом SWOT.
14. Бізнес-планування в менеджменті.
15. Відповідальність, делегування, повноваження.
16. Сутність мотивування.
17. Арсенал мотиваційних засобів: психологічні теорії мотивування, теоретико-прикладні засади, матеріальне стимулювання.
18. Потреби, мотиви, стимули.
19. Найважливіші теорії мотивації.
20. Ієрархія потреб А. Маслоу, теорія потреб Д. Мак Клеlland: влади, успіху і причетності.
21. Теорія «гігієнічних чинників» і «мотиваторів» Ф. Герцберга.
22. Теорія очікувань В. Врума.
23. Теорія справедливості С. Адамса.
24. Поняття контролю в менеджменті, його цілі і завдання.
25. Рекомендації Ньюмена для менеджерів, які б не хотіли негативної дії контролю на поведінку співробітників.
26. Ефективність менеджменту.
27. Сутність регулювання як загальна функція менеджменту.
28. Управлінська інформація, види, джерела.
29. Ділові документи та службові листи.
30. Робота з Інтернет – ресурсами.
31. Елементи комунікаційного процесу.
32. Комунікаційні мережі.
33. Формальні і неформальні комунікації. Зовнішні і внутрішні джерела.
34. Бар'єри комунікацій.
35. Попередження і подолання комунікаційних бар'єрів.
36. «5 С» ефективної комунікації.
37. Сутність управлінського рішення, технологія прийняття рішення.
38. Стадія підготовки. Стадія ухвалення. Стадія реалізації рішення.
39. Класифікація управлінських рішень.
40. Критерії якості управлінського рішення.
41. Рішення, що приймаються в ситуаціях невизначеності і ризику.

42. Методи прийняття рішень.
43. Евристичні методи: «Дельфи» та «Мозкового штурму»
44. Поняття "група" в організації.
45. Типи поведінки в неформальних групах і лідерство.
46. Формальні і неформальні організації.
47. Необхідність використання неформальних зв'язків в інтересах офіційного управління.
48. Влада як форма цілеспрямованого впливу.
49. Форми влади.
50. Керівництво як процес здійснення влади.
51. Стили керівництва: автократичний, демократичний і ліберальний.
52. Феномен лідерства.
53. Вплив на людей - основа лідерства.
54. Класифікація підходів для розуміння лідерства.
55. Поведінковий підхід і стилі керівництва.
56. Кар'єра, види кар'єри.
57. Управління конфліктами.
58. Способи вирішення конфліктних ситуацій.
59. Види відповідальності в менеджменті: юридична, інформаційна, корпоративна, фінансово-економічна, соціальна.
60. Етика в менеджменті.
61. Причинами неетичної діяльності службовий етикет.
62. Поняття маркетингу, його сутність, основна мета і цілі.
63. Концепції маркетингу.
64. Принципи і функції маркетингу.
65. Вихідні поняття, що лежать в основі маркетингу: нужда, потреба, попит, товар, обмін, угода, ринок.
66. Основні функції маркетингу.
67. Види попиту та види маркетингу на основі попиту.
68. Суть поняття "маркетингове середовище".
69. Склад маркетингового середовища: мікросередовище та макросередовище.
70. Основні фактори мікросередовища функціонування фірми: постачальники, маркетингові посередники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії.
71. Основні фактори макросередовища функціонування фірми: демографічне середовище, економічне середовище, природне середовище, науково-дослідне середовище, політичне середовище, культурне середовище.
72. Система маркетингової інформації, її склад.
73. Система внутрішньої звітності.
74. Система збору зовнішньої поточної маркетингової інформації.
75. Система маркетингових досліджень.
76. Система аналізу маркетингової інформації.
77. Маркетингове дослідження, особливості його проведення.
78. Дослідження ринку, споживачів і конкуренції.
79. Світовий досвід дослідження ринків
80. Товар, його характеристики, рівні товару.
81. Споживчі властивості товару.
82. Класифікація товарів.
83. Життєвий цикл товару.
84. Товарна марка, її значення для фірми та використання.
85. Упаковка як одне із знарядь маркетингу. Види упаковки.

86. Послуги для клієнтів як елемент товарної політики.
87. Товарний асортимент, показники, що його характеризують.
88. Товарна номенклатура.
89. Процес розробки нового товару, конкурентоспроможність.
90. Споживчі ринки, купівельна поведінка індивідуальних і організованих споживачів.
91. Основні чинники, що впливають на поведінку споживача.
92. Ціноутворення на різних типах ринків: чиста конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія.
93. Постановка завдань ціноутворення.
94. Вибір методу ціноутворення: “середні” витрати плюс прибуток; розрахунок ціни на основі аналізу безбитковості і забезпечення цільового прибутку; встановлення ціни на основі відчуття цінності товару; встановлення ціни на основі рівня поточних цін; встановлення ціни на основі закритих торгів.
95. Встановлення кінцевої ціни.
96. Цінові стратегії.
97. Комплекс маркетингових комунікацій.
98. Основні елементи процесу комунікації.
99. Етапи розробки ефективної комунікації.
100. Розробка комплексного бюджету стимулювання.
101. Відбір елементів комплексу стимулювання.
102. Фактори, що впливають на вибір засобів стимулювання.
103. Реклама, її суть та значення.
104. Види реклами.
105. Основні рішення в сфері реклами.
106. Стимулювання збуту як форма комунікації.
107. Основні етапи, які проходить фірма при розробці заходів по стимулюванню збуту.
108. Пропаганда, її місце в комплексі маркетингового стимулювання.
109. Організація пропагандистської діяльності.
110. Сучасне трактування поняття «підприємництво».
111. Види бізнесу.
112. Співвідношення понять бізнес і підприємництво.
113. Типи та форми підприємницької діяльності, її ознаки та принципи здійснення.
114. Підприємницьке середовище, його характеристика.
115. Суб'єкти і об'єкти підприємницької діяльності.
116. Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності.
117. Економічні та правові засади підприємництва.
118. Роль підприємництва в економіці держави.
119. Фактори, що впливають на розвиток підприємництва в Україні.
120. Основні законодавчі та нормативні акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні.
121. Складності та перспективи розвитку бізнесу.
122. Формування підприємницького мислення та мотиваційні критерії бізнесу.
123. Підприємець – ключова фігура ринкової економіки.
124. Особисті і суспільні якості підприємця.
125. Плюси і мінуси заснування власної справи.
126. Права, обов'язки та відповідальність підприємця.

127. Економічна, юридична, етична та соціальна відповідальність.
128. Форми соціальної відповідальності.
129. Підприємницька таємниця, захист секретів фірми.
130. Життєвий цикл підприємства.
131. Характеристика приватного, колективного та державного підприємництва.
132. Класифікація основних форм ведення бізнесу, характеристика їх переваг і недоліків.
133. Господарські товариства.
134. Акціонерні товариства публічного та приватного права.
135. Економічна сутність малого підприємництва.
136. Функції малого підприємництва.
137. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні й за кордоном.
138. Сутність селянського (фермерського) господарства.
139. Види та об'єднання підприємств.
140. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу.
141. Елементи ринкової інфраструктури.
142. Правова база розвитку підприємництва.
143. Проблеми правового забезпечення підприємництва в Україні.
144. Удосконалення нормативно-правової бази розвитку підприємництва.
145. Технологія заснування власної справи.
146. Державна реєстрація підприємництва.
147. Ліцензування підприємницької діяльності.
148. Дозвільні види підприємницької діяльності.
149. Органи державної влади, що видають ліцензії. Плата за видачу ліцензії.
150. Сутність та методи державного регулювання підприємництва.
151. Державна політика підтримки підприємництва.
152. Підприємницький капітал. Джерела утворення і елементи.
153. Залучення кредитних ресурсів.
154. Критерії кредитоспроможності позичальника.
155. Види кредитів.
156. Форми і види лізингу.
157. Сутність факторингу.
158. Податкова система України, класифікація податків.
159. Оподаткування та оподатковуваний прибуток.
160. Застосування загальної та спрощеної системи оподаткування.
161. Єдиний податок для фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб.
162. Сутність підприємницького ризику. Його основні ознаки.
163. Оцінка та класифікація ризиків.
164. Джерела ризиків та методи їх усунення.
165. Ймовірність настання ризиків.
166. Технологічні, технічні, організаційні, економічні заходи безпеки підприємницької діяльності.
167. Класифікація ризиків.
168. Страхування як метод зменшення втрат від ризиків.

169. Блокчейн-технологія як інструмент вдосконалення механізму фінансування малого та середнього бізнесу в Україні.

170. Підприємництво в авіакосмічній галузі країн світу, зокрема В Україні.

171. Висока технологічна складність транспортних засобів та ергономічність, розвиток інтелектуальних транспортних систем, застосування інформаційних та електронних технологій, засобів супутникової навігації.

172. Підвищення рівня безпеки авіаційного транспорту, посилення заходів захисту авіації від актів незаконного втручання.

173. Розвиток мультимодальних транспортних технологій та інфраструктурних комплексів під різні види транспорту, інтероперабельність.

174. Глобалізація трансконтинентальних авіаційних перевезень в рамках потужних світових альянсів; зростання ролі дешевих («лоу-кост») авіаперевезень для прямих міжрегіональних сполучень; підвищення доступності авіаперевезень для населення, розвиток міжнародного авіатуризму, міграція трудових ресурсів у більш віддалені регіони світу.

175. Демоніполізація космічної галузі України.

176. Стрімкий розвиток та комерціалізація космічних послуг на світовій арені.