**Вопросы к зачету по дисциплине «Менеджмент и маркетинговые исследования в ресурсосбережении отрасли»**

1. Сущность менеджмента. Многозначность понятия «менеджмент». Сравнительная характеристика понятий «управление» и «менеджмент».

2. Эволюция теории и практики менеджмента, этапы развития.

3. Принципы менеджмента.

4. Предприятие как объект менеджмента.

5. Классификация функций менеджмента.

6. Планирование как функция внутрифирменного управления.

7. Организация как функция менеджмента. Типы организационных структур.

8. Сущность мотивации. Потребность, мотив, стимул. Стадии процесса мотивации.

9. Теории содержания мотивации и теории процесса мотивации.

10. Контроль. Содержание контроля. Виды контроля и механизм его проведения.

11. Виды современного менеджмента.

12. Сущность и объекты стратегического менеджмента.

13. Этапы стратегического менеджмента: анализ среды, определение миссии и целей, выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль выполнения.

14. Содержание и этапы стратегического планирования.

15. Коммуникации в менеджменте. Содержание понятий коммуникация, коммуникационные отношения, коммуникационный стиль. Классификация коммуникаций. Формы коммуникаций.

16. Управленческие решения. Классификация управленческих решений. Технология разработки управленческих решений.

17. Понятие «делегирование полномочий». Полномочия и ответственность. Делегируемые и неделегируемые полномочия. Правила делегирования для руководителя и исполнителя.

18. Этика и социальная ответственность руководителя.

19. Культура организации. Факторы, влияющие на культуру организации. Типы организационной культуры.

20. Социально-психологические методы менеджмента.

21. Стиль руководства и типы руководителей.

22. Власть, влияние, лидерство. Формальные и неформальные группы в коллективе, роли в группе.

23. Сущность, структура и значение конфликта. Виды конфликтов, их причины и последствия. Методы разрешения конфликтов.

24. Понятие маркетинга. Место и роль маркетинга в экономическом развитии страны.

25. Подходы к определению маркетинга различными учеными.

26. Экскурс в историю маркетинга и эволюция его концепций.

27. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса, по отраслевому признаку, по сферам действия.

28. Сущность, принципы и функции маркетинга промышленного предприятия.

29. Маркетинговая среда предприятия: микро- и макросреда.

30. Организация деятельности маркетинговой службы.

31. Различные подходы к определению сущности и содержания маркетингового комплекса.

32. Содержание классического комплекса маркетинга 4Р.

33. Комплекс инженерного маркетинга.

34. Сущность, структура и особенности рынка научно-технических нововведений.

35. Маркетинговые исследования: понятие, задачи, виды, направления.

36. Методы маркетинговых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос, экспертные методы.

37. Организация проведения маркетинговых исследований на предприятии.

38. Сущность сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов, варианты охвата рынка, критерии выбора.

39. Позиционирование товара на рынке.

40. Содержание, место и роль маркетинговой информации в управлении предприятием. Виды и источники маркетинговой информации.

41. Маркетинговая информационная система.

42. Цели, задачи и этапы товарной политики. Стратегии маркетинга на разных этапах жизненного цикла товара. Применение матрицы БКГ и марочной политики.

43. Разработка ценовой политики. Стратегии ценообразования.

44. Сбытовая политика. Каналы продвижения товаров.

45. Экономическая роль и классификация посредников.

**Практические задания к зачету:**

1. Влияет ли психологическое состояние потребителя на процесс принятия решения о покупке? Ответ подтвердите примерами

2. Чем отличается микросреда и макросреда в производственной сфере от сферы посредничества?

3. Как вы понимаете дифференцированный маркетинг?

4. Оцените рынок пищевкусовых товаров Москвы и Ростова-на-Дону.

5. Что является определяющим в расчете емкости рынка? Запишите и поясните формулу расчета емкости рынка.

6. В чем заключаются особенности маркетинговой среды для производства хлебобулочных изделий?

7. Чем отличается микросреда и макросреда в сфере торговли кондитерскими продуктами?

8. Охарактеризуйте рынок кисло-молочных продуктов в Ростове-на-Дону.