**ВОПРОСЫ**

**для экзамена по учебной дисциплине**

**«Основы менеджмента и маркетинга»**

1. Опишите сущность современного менеджмента и его характерные черты.
2. Расскажите особенности авторитарного стиля управления.
3. Конъюнктура рынка недвижимости.
4. Перечислите маркетинговые исследования и их виды.
5. Дайте понятие менеджмента.
6. Особенности, плюсы и минусы демократического стиля управления.
7. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных и краткосрочных перспектив.
8. Позиционирование товара, условия правильного позиционирования.
9. Охарактеризуйте уровни менеджера.
10. Особенности, плюсы и минусы либерального стиля управления.
11. Опишите методику составления рекламы по продаже недвижимости.
12. Субъекты рынка недвижимости.
13. Расскажите цикл менеджмента.
14. Техника телефонных переговоров.
15. Эффективность рекламы разных видов.
16. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса.
17. Перечислите основные функции цикла менеджмента.
18. Факторы повышения эффективности делового общения.
19. Требования к рекламе.
20. Схема маркетинговых исследований.
21. Перечислите и опишите принципы и методы управления.
22. Правила ведения и планирования проведения бесед, совещаний.
23. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.
24. Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду.
25. Расскажите функции менеджмента в рыночной экономике.
26. Фазы делового общения.
27. Цели, задачи и функции рекламы.
28. Государственная поддержка малого предпринимательства.
29. Дайте определение организации как объекту менеджмента.
30. Информация и ее виды.
31. Реклама: понятие, назначение.
32. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.
33. Охарактеризуйте внутреннюю и внешнюю среду организации.
34. Понятие имиджа, его составные компоненты.
35. Факторы, влияющие на выбор посредника на рынке.
36. Конкурентоспособность организаций и товаров.
37. Перечислите и опишите основные признаки организаций.
38. Социально-психологический климат в коллективе.
39. Средства сбыта: каналы распространения, их виды, функции, уровни, их возможности. Торговые посредники: виды и типы.
40. Объекты рынка недвижимости.
41. Расскажите классификацию организационно-правовых форм организаций.
42. Формальные и неформальные группы.
43. Виды сбыта.
44. Конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товара, конкурентные преимущества.
45. Типы организационных структур.
46. Понятие деловых коммуникаций.
47. Сбытовая политика организации: цели, задачи и основные направления.
48. Рынок как экономическая основа маркетинга.
49. Перечислите и опишите основные принципы построения организационных структур организаций.
50. Индивидуально-типологические особенности личности.
51. Функции и классификация цен.
52. Методы, организация и направления маркетинговых исследований.
53. Перечислите и опишите типы структур управления.
54. Понятие о психике и личности.
55. Факторы, влияющие на уровень цен.
56. Рынок недвижимости.
57. Расскажите достоинства и недостатки организационных структур управления.
58. Методы принятия управленческих решений.
59. Рыночный механизм ценообразования.
60. Сегментация рынка: критерии и назначение.
61. Планирование как функция управления.
62. Содержание основных этапов принятия и реализации управленческого решения.
63. Цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.
64. Субъекты маркетинговой деятельности.
65. Роль планирования в организации.
66. Сущность и классификация управленческих решений.
67. Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.
68. Маркетинговая информация: назначение, источники, классификация.
69. Расскажите принципы планирования.
70. Сущность и этапы контроля.
71. Товары личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги.
72. Основные виды маркетинга.
73. Расскажите виды планов и их характеристику.
74. Методы и приемы мотивации.
75. Товары потребительского и производственного назначения.
76. Понятие «маркетинг».
77. Потребности и мотивы человека.
78. Контроль и его виды.
79. Маркетинговое понятие товара.
80. Цели, задачи, функции и принципы маркетинговой деятельности.