

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Дисциплина: Основы менеджмента и предпринимательской деятельности

Специальность: 35.02.12 «Садово-парковое и ландшафтное строительство»

1. Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации (дифференцированный зачет, экзамен)

1. Сущность, цели, задачи менеджмента.
2. Стратегический менеджмент. Процесс стратегического планирования
3. Современный менеджер: определение, признаки, требования.
4. Принципы менеджмента: определение, характеристика.
5. Методы менеджмента: понятие, требования, виды.
6. Основные функции менеджмента. Характеристика функции планирования.
7. Основные функции менеджмента. Характеристика функции организации.
8. Основные функции менеджмента. Характеристика функции мотивации.
9. Мотивация и критерии мотивации труда. Мотивация и иерархия потребностей
10. Содержательные теории мотивации: понятие, характеристика. Теория иерархии потребностей А. Маслоу.
11. Содержательные теории мотивации: понятие, характеристика. Теория двух факторов Ф. Герцберга
12. Личность и ее структура. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента
13. Деловое общение, его характеристика. Виды и формы делового общения.
14. Основные функции менеджмента. Характеристика функции контроля.
15. Понятие организации. Внутренние переменные организации и их характеристика.
16. Внешняя среда организации и ее характеристики.
17. Сущность и общая характеристика организационной структуры управления.
18. Предпринимательство как особый вид деятельности.
19. Линейная структура управления: понятие, преимущества, недостатки.
20. Коммуникационный процесс: понятие, элементы, виды.
21. Понятие коммуникации в менеджменте. Невербальные коммуникации.
22. Сущность, содержание и виды управленческого решения.
23. Процесс принятия управленческого решения.
24. Понятие власти, влияния, руководства и лидерства.
25. Сущность понятия власть в менеджменте. Формы власти.
26. Стили руководства. Подход к лидерству с позиции личных качеств.
27. Понятие адаптации персонала и ее виды, этапы.
28. Конфликты в организации: сущность, классификация, методы разрешения
29. Маркетинг. Продвижение товаров и услуг на рынок.
30. Налоговая политика государства в отношении субъектов малого и среднего бизнеса.