

Теми індивідуальних завдань

1. Завдання і основні напрями прискореного реформування аграрного сектора економіки
2. Шляхи підвищення економічної ефективності мисливського господарства
3. Суть державного підприємства, основні його напрями розвитку
4. Особливості трудових ресурсів у мисливському господарстві в умовах переходу до ринкових відносин
5. Основні шляхи підвищення продуктивності праці в мисливському господарстві
6. Забезпеченість господарства основними виробничими фондами
7. Основні напрямки капітальних вкладень у мисливське господарство
8. Суть валової продукції, товарної продукції та виробничої потужності
9. Основні напрями інтенсифікації мисливського виробництва
10. Суть науково-технічного прогресу мисливського господарства
11. Суть суспільних витрат виробництва, вартості і собівартості продукції
12. Основні шляхи зниження собівартості продукції мисливського господарства
13. Суть економічної ефективності виробництва продукції господарства
14. Суть калькуляції собівартості продукції у господарстві
15. Основні поняття маркетингу
16. Розгляд поняття цілей менеджменту їх класифікація та функції менеджменту
17. Розгляд та аналіз технології менеджменту стосовно до сфери мисливського господарства
18. Аналіз поняття ринку товару
19. Розгляд питання управління конфліктами і стресовими ситуаціями, форми подолання конфліктів і стресових ситуацій
20. Технологія менеджменту, її складові і особливості
21. Функції менеджменту і маркетингу та їх класифікація
22. Соціальна відповідальність і етика управління в маркетингу
23. Складові системи маркетингу
24. Види маркетингу, їх класифікація
25. Засоби комплексу маркетингових комунікацій
26. Потреби споживачів: сутність та значення у маркетинговій діяльності.
27. Оцінка ефективності цінних паперів
28. Оцінка інвестиційної привабливості галузі мисливського господарства в різних регіонах
29. Період окупності мисливського підприємства
30. Підприємництво як елемент бізнесу.
31. Позичування товару на ринку.
32. Показники платоспроможності мисливського господарства
33. Поняття бізнес-плану.
34. Поняття структури управління.
35. Поняття точки беззбитковості.

36. Порядок державної реєстрації малого бізнесу.
37. Предмет, об'єкти і функції менеджменту і маркетингу в мисливському господарстві
38. Принципи маркетингу.
39. Принципи оцінки ефективності мисливського підприємства
40. Принципи управління персоналом.
41. Принципи формування статутного фонду.
42. Процес формування стратегії мисливського господарства
43. Прямі методи регулювання ринку.
44. Регіональна оргструктура управління маркетингом.
45. Реклама як спосіб просування мисливських товарів.
46. Розробка стратегії формування інвестиційних ресурсів мисливського господарства
47. Роль маркетингу в бізнесі.
48. Стимулювання збуту: переваги та недоліки.
49. Стратегія розвитку мисливського господарства.
50. Сутність та переваги стратегічного планування.
51. Сутність, види, функції аудиту на мисливському підприємстві
52. Товарна оргструктура управління маркетингом.
53. Товарний асортимент та показники, які його характеризують.
54. Умови організації роботи командою.
55. Фактори, що впливають на організацію управління бізнесом.
56. Фактори, що впливають на рівень цін.
57. Характеристика інвестиційної привабливості мисливського господарства
58. Маркетинг як форма підприємницького управління.
59. Потреби та їх маркетингова класифікація.
60. Організація маркетингу.
61. Суть та етапи маркетингових досліджень.
62. Маркетингові проблеми створення нового товару.
63. Аналітична оцінка стану підприємницької діяльності.
64. Стратегія фінансового менеджменту фірми.
65. Фінансове планування бізнесу в ринкових умовах.
66. Роль фінансів у підприємницькому управлінні.
67. Комерційний розрахунок як основа організації фінансів.
68. Використання фінансів у малому підприємстві.
69. Оборотні кошти підприємств і механізм їх використання.
70. Фінансово-економічні показники підприємницької діяльності.