**Вопросы для зачета по учебной дисциплине «Менеджмент торговли»**

**для специальности 1- 25 01 10 «Коммерческая деятельность»**

1. Естественные причины возникновения менеджмента.

2. Соотношение понятий: управление, предпринимательство, менеджмент, бизнес.

3. Основные школы управления: классификация, этапы развития, основные представители школ и подходов.

4. Предмет науки управления и практического менеджмента.

5. Предприятия как формальные организации. Критерии формальной организации.

6. Внешняя и внутренняя среда торговой организации.

7. Организационно-правовые формы торговых организаций предприятий: классификация, преимущества и выбор формы.

8. Менеджмент как сложное целое, его элементы и их взаимодействие.

**9.** Человек как самый сложный и изменчивый элемент системы управления.

10. Цикличность в управлении и ее практическое значение.

11. Основные понятия общей теории систем в применении к менеджменту торговли.

12. Суть системного подхода, ключевые признаки систем и шаги системного мышления.

13. Торговая организация как живая, открытая и целеустремленная система.

14. Идеалы, цели, задачи и средства как предмет выбора менеджера.

15. Ценности, шкала ценностей и этические аспекты управления.

16. Управление по целям: достоинства и недостатки.

17. Программно-целевой подход в менеджменте: иерархия целей, дерево целей, оценка целей.

18. Функции управления. Взаимосвязь целей и функций управления.

19. Принципы управления, возможности и специфика их использования в коммерческой деятельности.

20. Методы управления в менеджменте.

21. Административные методы управления в торговле: содержание, область применения, достоинства и недостатки.

22. Экономические методы управления в торговле: содержание, область применения, достоинства и недостатки.

23. Социально-психологические методы, их специфика и область применения.

24. Планирование как функция менеджмента. Различные взгляды на планирование

25. Типы и процедура планирования.

25. Стратегическое планирование развития торговых организаций, назначение, цели и инструменты.

26. Особенности стратегий развития крупных, средних и малых организаций.

27. Текущее и оперативное планирование в торговле, их содержание и роль.

28. Верификация и валидация целей.

29. Организация как функция менеджмента

30. Содержание организационной работы

31. Власть, компетенции и полномочия.

32. Делегирование полномочий. Линейные, функциональные и штабные полномочия.

33. Централизация и децентрализация управления. Понятие иерархии.

34. Организационная структура управления и факторы, ее определяющие.

35. Типы организационных структур управления: линейные, функциональные, штабные, матричные, комбинированные.

36. Проектирование организационной структуры управления организацией. Полномочия органов управления и их делегирование.

37. Мотивация персонала как функция менеджмента

38.Понятие мотивации, стимулирования, побуждения и вознаграждения.

39. Содержательные теории мотивации.

40. Процессуальные теории мотивации.

41. Партисипативные методы управления и возможности их использования.

42. Контроль как функция менеджмента

43. Понятие, виды, типы и элементы контроля.

44. Правила и принципиальная схема контроля.

45. Необходимость, задачи, формы и методы государственного регулирования торговли**.**

46. Формы и методы государственного регулирования торговли.

47. Органы государственного регулирования торговли в Республике Беларусь

48. Всемирная торговая организация(ВТО) и ее роль в либерализации международной торговли и регулирования торгово-экономических отношений государств-членов.

49. Государственное регулирование торговли в Таможенном союзе.

50. Государственное регулирование торговли в странах ЕС, США и Японии.