

**ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ
IV КУРС – VIII СЕМЕСТР
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ «Фармация»**

Дисциплина «Экономика организации»

1. Отраслевые особенности организации. Организация, как важнейшее звено в решении основной экономической проблемы.
2. Современное состояние и перспективы развития отрасли. Интеграция организации.
3. Разнообразие форм собственности. Необходимое условие функционирования рыночной экономики.
4. Акционерное общество: понятие, порядок образования, устав, участники. Акции и их виды.
5. Объединения предприятий, цели, виды. Малые предприятия, их преимущества, поддержка государства.
6. Сущность организации как юридического лица.
7. Классификация организаций по различным признакам. Классификация промышленных предприятий.
8. Виды предпринимательской деятельности по роду деятельности, по количеству собственников.
9. Организационно-правовые и организационно-экономические формы предпринимательства.
10. Понятие организации производства. Функциональные подразделения организации.
11. Производственный процесс, понятие, виды, принципы организации.
12. Понятие и состав имущества организации (предприятия).
13. Источники формирования капитала.
14. Уставный капитал — основа создания и функционирования организации. Особенности формирования уставного капитала акционерных обществ и ООО.
15. Понятие и формы капитала. Основной и оборотный капитал.
16. Состав, структура и оценка основных фондов, классификация основных фондов.
17. Износ и амортизация основных средств.
18. Формы воспроизводства основных средств.

19. Показатели использования основных средств. Методы управления основными и оборотными средствами и оценки эффективности их использования.
20. Сущность и назначение нематериальных активов. Виды нематериальных активов, амортизация нематериальных активов.
21. Экономическая сущность, состав и структура оборотных средств, элементы оборотных средств.
22. Источники формирования оборотных средств.
23. Показатели эффективности использования оборотных средств организации: коэффициент оборачиваемости, коэффициент закрепления, длительность оборота.
24. Понятие финансовых ресурсов. Особое значение в хозяйственной деятельности предприятия финансовых отношений.
25. Источники финансовых ресурсов и уставный капитал предприятия.
26. Собственный капитал организации.
27. Заёмные (внешние средства). Инвестиции организации. Доходы и расходы организации.
28. Понятие трудовых ресурсов организации.
29. Производственный персонал. Профессионально-квалификационная структура кадров. Численность персонала.
30. Производительность труда. Факторы роста производительности труда.
31. Понятие оплаты труда. Принципы организации оплаты труда.
32. Формы и системы заработной платы в современных условиях.
33. Понятие затрат и издержек производства.
34. Виды издержек производства. Классификация затрат на производство продукции.
35. Виды себестоимости, определение себестоимости продукции.
36. Факторы и пути снижения себестоимости продукции.
37. Понятие цены. Виды цен по разным экономическим признакам.
38. Ценовая политика организации (предприятия).
39. Прибыль организации, как основной показатель результатов хозяйственной деятельности
40. Сущность прибыли, ее источники и виды.
41. Факторы, влияющие на величину прибыли. Функции и роль прибыли.
42. Распределение и использование прибыли.
43. Рентабельность — показатель эффективности работы организации. Показатели рентабельности.
44. Методика расчета уровня рентабельности организации (предприятия) и продукции. Пути повышения рентабельности.

45. Современные определения понятия «маркетинг». Основные понятия маркетинга.
46. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Цели, задачи, маркетинга.
47. Принципы и функции маркетинга.
48. Правовая база рекламной деятельности.
49. Планирование и проведение рекламных компаний. Анализ рыночных возможностей. Разработка комплекса маркетинга.
50. Реклама, назначение, требования к рекламе. Виды рекламы.
51. Сущность и назначение качества продукции. Факторы, влияющие на качество и конкурентоспособность продукции. Роль рекламы в сбыте продукции.
52. Этапы планирования. Классификация планов по признакам. Основные элементы планирования. Показатели плана.
53. Прогнозирование в системе планирования. Анализ объекта прогнозирования. Классификация методов прогнозирования.
54. Экспертные методы прогнозирования. Метод «Дельфи».
55. Понятие бизнес-плана. Цели разработки бизнес-плана.
56. Этапы разработки бизнес-плана. Характеристика основных разделов бизнес-плана.
57. Понятие «внешнеэкономическая деятельность». Основные формы внешнеэкономических связей: внешняя торговля, движение капитала, техники, рабочей силы.
58. Факторы развития внешнеэкономической деятельности. Сущность внешнеэкономического комплекса страны.
59. Сущность, принципы, методы маркетинга. Внутренняя и внешняя среда маркетинга.
60. Информационное обеспечение маркетинга и прогнозирования. Этапы выбора маркетинговой стратегии и разработка сбытовой политики. Продвижение товаров на внешнем рынке.