1. Функции маркетинга в инновационном процессе
2. Фазы принятия решения о покупке инновационного товара
3. Факторы, влияющие на индивидуальное поведение и успешность деятельности сотрудников организации
4. Характеристика школы управления
5. Методы оценки финансовых рисков
6. Дисконтирование денежных потоков
7. Инструменты денежно-кредитного регулирования
8. Конкурентная карта рынка
9. Способы обслуживания очереди данных в компьютерном моделировании в организации
10. Этапы процесса контроля
11. Преимущества и недостатки факторинга как метода управления торговой дебиторской задолженностью
12. Классификация затрат
13. Понятие «рынок» и характеризующие его параметры
14. Стратегии ценообразования инновационного продукта
15. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Внутренняя и внешняя среда организационной системы
16. Что такое акция и облигация
17. Схемы планирования прибыли при использовании разных методов
18. Анализ безубыточности. Порог рентабельности
19. Понятие отраслевого анализа
20. Подходы к формированию бюджета на маркетинговые коммуникации
21. Типы управленческих решений
22. Принципы управления, сформулированные А. Файолем
23. Что такое «Эффект финансового рычага»
24. Дать определение PEST-анализа и перечислите этапы его проведения
25. Формирование каналов сбыта
26. Формирование каналов сбыта
27. Роль руководителя в соответствии с подходом Генри Минцберга
28. Инкрементное и процессное бюджетирование
29. Расчеты непокрытыми аккредитивами
30. Этапы маркетингового исследования
31. Первичные и вторичные данные. Внутренние и внешние данные
32. Модель «7S» Т. Питерса и Р. Уотермана
33. Этапы проектирования организационной структуры организации
34. Классификация производных финансовых инструментов
35. Оценка объектов интеллектуальной собственности
36. Методы увеличения прибыли предприятия
37. Причины, по которым возможно возникновение конфликта между оценками по NPV и IRR
38. Данные, необходимые для оценки инвестиционного проекта
39. Методы наблюдений и процедур опроса
40. Методы создания инновационного товара
41. Уровни проявления организационной культуры в соответствии с подходом Э. Шейна.
42. Форвардные и фьючерсные контракты
43. Факторный операционный леверидж
44. Конкурентные стратегии в соответствии с подходом М. Портера. Какой признак классификации положен в основу подхода?
45. Этапы процесса стратегического планирования
46. Денежные потоки предприятия
47. Финансовая служба в организационной структуре малых и средних предприятий
48. Задача: расчет процентов по сложной ставке
49. Задача: расчет чувствительности инвестиционного решения к изменению ежегодного притока денежных средств
50. Задача: оценка возможности проведения арбитражной операции с целью получения безрискового дохода
51. Задача: определить прибыльность бизнеса по заданным параметрам затрат и выпуска
52. Задача: определение современную стоимость постоянной ренты постнумерандо
53. Задача: оценить ожидаемую доходность и стандартное отклонение для портфеля с равными долями инвестирования
54. Задача: применение метода средней себестоимости
55. Задача: реализация векселя с дисконтом
56. Задача: расчет величины дивидендов на одну обыкновенную акцию предприятия
57. Задача: определение вида открываемой на фьючерсной биржи позиции и расчет количества фьючерсных контрактов, необходимых для хеджирования рыночной позиции компании
58. Задача: применение операционного рычага
59. Задача: расчет эффективной годовой процентной ставки
60. Задача: расчет доходности кредитной сделки
61. Задача: дифференцировать фактические издержки на постоянные и переменные
62. Задача: определение критериев чистой приведенной стоимости и скорректированной приведенной стоимости при финансировании проекта: а) за счет собственных средств; б) за счет собственных и заемных средств
63. Задача: Определить экономическую эффективность инвестиционногр проекта