

**ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ
II КУРС –III СЕМЕСТР
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ «СТОМАТОЛОГИЯ ОРТОПЕДИЧЕСКАЯ»**

Дисциплина «Экономика организации»

1. Цель создания и функционирования организации. Понятие и классификация организаций.
2. Внутренняя и внешняя среда организации.
3. Современное состояние и перспективы развития отрасли экономики. Организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.
4. Сущность организации как юридического лица. Классификация организаций по различным признакам.
5. Классификация промышленных предприятий.
6. Виды предпринимательской деятельности по роду деятельности, по количеству собственников.
7. Организационно-правовые и организационно-экономические формы предпринимательства.
8. Понятие организации производства. Функциональные подразделения организации.
9. Производственный процесс, понятие, виды, принципы организации.
10. Состав, структура и оценка основных средств. Износ и амортизация основных средств.
11. Формы воспроизводства основных средств.
12. Показатели использования основных средств.
13. Методы управления основными и оборотными средствами и оценки эффективности их использования.
14. Понятие финансовых ресурсов. Значение в хозяйственной деятельности предприятия финансовых отношений.
15. Источники финансовых ресурсов и уставный капитал предприятия.
16. Собственный капитал организации. Заёмные (внешние средства).
17. Инвестиции организации. Доходы и расходы организации.
18. Понятие трудовых ресурсов организации.
19. Производственный персонал. Профессионально-квалификационная структура кадров.
20. Численность персонала. Производительность труда. Факторы роста производительности труда.
21. Определение понятий оплаты труда и заработная плата.
22. Структура оплаты труда работников организации.
23. Формы и системы оплаты труда.
24. Доплаты к заработной плате. Право работника на ежегодный оплачиваемый отпуск.

25. Фонд заработной платы.
26. Определение среднего заработка работника для расчета отпускных выплат.
27. Определение цены и ценообразования.
28. Цели и этапы ценообразования. Факторы, влияющие на формирование цены.
29. Влияние себестоимости на цену продукции. Содержание ценовой политики организации.
30. Современные определения понятия «маркетинг». Основные понятия маркетинга.
31. Внутренняя и внешняя среда маркетинга.
32. Цели, задачи, принципы маркетинга. Функции маркетинга.
33. Правовая база рекламной деятельности. Планирование и проведение рекламных компаний. Роль рекламы в сбыте продукции.
34. Реклама, назначение, требования к рекламе.
35. Виды рекламы. Сущность и назначение качества продукции.
36. Факторы, влияющие на качество и конкурентоспособность продукции.
37. Основные разделы и показатели плана развития организации (предприятия).
38. Разработка производственной программы.
39. Типы бизнес-плана.
40. Структура бизнес-плана.