

Тематика рефератов

1. Предмет и сущность менеджмента.
2. Специфика менеджмента в государственной службе
3. Субъект, объект и принципы менеджмента.
4. Основные функции менеджмента.
5. Стратегический менеджмент
6. Организационные структуры управления.
7. Культура организации и ее формирование.
8. Предпринимательский риск и способы защиты от него.
9. Бизнес - планирование
10. Управление проектом (УП)
11. Сущность стратегического решения и его отличие от оперативного.
12. основные этапы подготовки, принятия и выполнения решения.
13. Критерии качества решения
14. Разработка общей концепции решения
15. Выработка вариантов решения
16. Организация выполнения решения.
17. Организация контроля выполнения решения.
18. Оценка эффективности решения
19. Цели и функции управления персоналом.
20. Планирование потребности персонала. Подбор, отбор и оптимизация численности персонала
21. Профессиональное развитие и обучение персонала.
22. способы оценки персонала в современных организациях.
23. Подготовка руководителей, планирование карьеры.
24. Современные проблемы управления персоналом и кадровая политика в государственной службе.
25. Стили руководства. Модели лидерства
26. Мотивация как функция управления
27. Современные системы стимулирования труда
28. типы, причины конфликтов и способы их разрешения
29. Требования к службам уп в условиях рыночной экономики.
30. Принципы и технологии организации труда руководителя. Самоменеджмент.
31. Сущность, функции и принципы маркетинга
32. Некоммерческий, территориальный маркетинг.
33. типы построения и оценка эффективности маркетинговых стратегий
34. Организация, планирование и бюджет маркетинговой деятельности.
35. Товарная политика в маркетинге.
36. Основные проблемы и трудности ценообразования в маркетинге.
37. Методы ценообразования и адаптация цен с учетом эластичности спроса и других реакций рынка
38. современные маркетинговые коммуникации: сущность и управление, развитие отдельных форм.
39. Типы маркетинговых посредников, каналов сбыта и управление их функционированием
40. Становление маркетингового подхода.