

Պետական քննական հարցաշար 0413.01.5

2023- 2024թթ. ուս.տարի

1. Հասարակական արտադրության կառուցվածքը արտադրության գործոնները
2. Տնտեսագիտության առարկայի էությունը նպատակներն ու խնդիրները
3. Փողի էությունը և գործառույթները
4. Շուկան և նրա առաջացումը: Շուկայական տնտեսական համակարգը
5. Առաջարկ և պահանջարկ. դրանց հավասարակշռումը:
6. Ձեռնարկատիրական գործունեություն: Շահույթը՝ որպես ձեռնարկատիրական գործունեության նպատակ
7. Ֆինանսա-տնտեսական համակարգը և նրա բաղադրիչները
8. Պետական բյուջե, կառուցվածքը
9. Վարկի էությունը, տեսակները
10. Հարկային համակարգը և հարկերի տեսակները
11. Կառավարման էությունը, նշանակությունը և հիմնական սկզբունքները
12. Ներկայացնել կառավարման մակարդակներն ըստ Թ. Պարսոնսի
13. Կազմակերպության՝ որպես սոցիոտեխնիկական համակարգի հինգ հիմնական ենթահամակարգերը
14. Ներկայացնել կազմակերպության «Նպատակներ» և «Կառուցվածք» ենթահամակարգը
15. Ներկայացնել կազմակերպության «Խնդիրներ» և «Տեխնոլոգիա» ենթահամակարգերը
16. Կազմակերպության ուղղակի ներգործության արտաքին միջավայրի գործոնները
17. Կազմակերպության անուղղակի ներգործության արտաքին միջավայրի գործոնները
18. «Պլանավորում» գործառույթը կառավարման մեջ: Ռազմավարական պլանավորման փուլերը
19. «Կազմակերպում» գործառույթը կառավարման մեջ
20. «Մոտիվացիա» գործառույթը կառավարման մեջ
21. «Վերահսկողություն» գործառույթը կառավարման մեջ
22. Կոմունիկացիաների դերը կառավարման մեջ, կոմունիկացիոն գործընթացի տարրերը և փուլերը
23. Անձի ինքնակառավարման նշանակությունը մենեջերի աշխատանքում
24. Կառավարչական որոշումների էությունը և դասակարգումը, ռացիոնալ որոշումների ընդունման փուլերը
25. Ժամանակի կառավարումը, դրա նշանակությունը մենեջերի աշխատանքում

26. Կոնֆլիկտների էությունը և դրանց ազդեցությունը կազմակերպության գործունեության վրա: Կազմակերպությունում կոնֆլիկտների առաջացման պատճառները
27. Կոնֆլիկտների դրական և բացասական կողմերը
28. Ներկայացնել կոնֆլիկտի կառուցվածքը և գործառույթները
29. Կոնֆլիկտի տեսակները: Ֆունկցիոնալ և դիսֆունկցիոնալ կոնֆլիկտներ, ներքին և արտաքին կոնֆլիկտներ
30. Կոնֆլիկտի զարգացման փուլերը
31. Կոնֆլիկտների կառավարման սկզբունքները, եղանակները
32. Կոնֆլիկտների կառավարման միջանձնային և կառուցվածքային եղանակները
33. Հաշտեցման գործընթացը կոնֆլիկտի մեջ
34. Ղեկավարի դերը կոնֆլիկտի կառավարման գործում
35. Փոփոխությունների էությունը, նշանակությունը կազմակերպության զարգացման մեջ
36. Փոփոխությունների նկատմամբ ցույց դիմադրության պատճառները և հաղթահարման եղանակները
37. Փոփոխությունների կառավարման ռազմավարության փուլերը
38. Կազմակերպական փոփոխությունների տեսակները. Ներկայացնել ապրանքի եվ տեխնոլոգիայի մեջ կատարվող փոփոխությունները
39. Կազմակերպական զարգացում. միջոցառումները: Ներկայացնել երեք փուլերը
40. Փոփոխությունների կառավարումը, ութ քայլերն ըստ Ջ. Կոտտերի
41. Սթրեսի էությունը, տեսակները: Սթրեսածին գործոնները կազմակերպությունում
42. Սթրեսի փուլերը, սթրեսային ռեակցիայի տարրերը
43. Սթրեսի կառավարումը, ղեկավարի ներգրավվածությունը սթրեսի կառավարման մեջ
44. Կազմակերպության դերը սթրեսի կանխարգելման գործում
45. Գործարար հաղորդակցության նշանակությունը, տեսակները և տարրերը
46. Գործարար հաղորդակցության փուլերը
47. Գործարար կապեր. գործընկերներ փնտրելու և ընտրելու առանձնահատկությունները. մատակարարների-գնորդների փոխհարաբերությունների առանձնահատկությունները
48. Ունկնդրման դերը գործարար հաղորդակցության մեջ
49. Գործընկերների հետ հեռախոսային և էլեկտրոնային հաղորդակցության առանձնահատկությունները
50. Աշխատանքային հանդիպումների անցկացման առանձնահատկությունները և հանդիպումների դասակարգումը
51. Գործնական հանդիպումների և խորհրդակցությունների կազմակերպումը և անցկացման առանձնահատկությունները
52. Աշխատանքային հանդիպումների արդյունավետության պայմանները
53. Բանակցությունների էությունը. նախապատրաստում գործարար բանակցությունների սկզբունքային և փուլային կառուցվածքը
54. Բանակցությունների անցկացման մեթոդները և արդյունավետության պայմանները

55. Բանակցությունների փուլերը. (դեբադներ, փակուղիներ, գնահատականներ, բանակցությունների ավարտը և վերլուծությունը)
56. Հնարավոր ժեստերը գործարար հանդիպումների ժամանակ.
57. Հայացքով կատարվող ժեստերի նշանակությունը գործարար բանակցությունների ժամանակ
58. Մարմնի դիրքի նշանակությունը գործարար բանակցությունների ժամանակ
59. Ղեկավարման էությունը, անհրաժեշտությունները և զարգացման փուլերը
60. Իշխանության ձևերը որպես ղեկավարման աղբյուր
61. Ղեկավարման ոճերը. նկարագրել ղեկավարման ավտորիտար, ժողովրդավարան և լիբերալ ոճերը և դրանց կիրառման յուրահատկությունները
62. Ղեկավարման ճապոնական և ամերիկյան ոճերը. ներկայացել երկու ոճերի համեմատական վերլուծությունը
63. Նկարագրել Դուգլաս Մաք-Գրեգորի ղեկավարման X և Y տեսությունը
64. Ղեկավարի անձնային և մասնագիտական որակները
65. Ղեկավարի էթիկան և ղեկավարի խոսքի մշակույթը
66. Ղեկավարի գործարար հաղորդակցության էթիկան (վերևից ներքև, ներքևից վերև, հորիզոնական)
67. Ղեկավարի վարվելակերպի և ծառայողական էթիկետի նորմերը
68. Հաճախորդների հոգեբանական տեսակները. հաճախորդի հետ շփման ընթացքում խոսքի մշակույթը, տոնը և հնչերանգը
69. Ղեկավարի նպատակադրման հմտությունները. SMART մեթոդի կիրառում. տեսլական, նպատակ, ռազմավարություն
70. Ժամանակի կառավարումը որպես ղեկավարի արդյունավետ առաջնորդելու հմտություն. ժամանակի կառավարման ռազմավարությունները. ժամանակի գողերը
71. Աշխատակիցների մոտիվացումը որպես ղեկավարի՝ դեպի նպատակակետը առաջնորդելու հմտություն
72. Մասնագիտական այրում և հաղթահարման միջոցները
73. Կազմակերպական փոփոխությունների ու զարգացման առավելությունները. փոփոխությունների կառավարման E և O տեսությունների համեմատական վերլուծությունը
74. Անձնակազմի կառուցվածքը, կառավարման փուլերը
75. Անձնակազմի պլանավորումը, մարդկային ռեսուրսների ընթացիկ վիճակի գնահատումը
76. Անձնակազմի հավաքագրումը, հավաքագրման աղբյուրները
77. Անձնակազմի ընտրությունը, փուլերը և մեթոդները, թեկնածուի հետ անցկացվող հարցազրույցի առանձնահատկությունները
78. Աշխատակցի անձնակազմին հարմարվելու տեսակները և փուլերը
79. Անձնակազմի խրախուսման էությունը, մոտիվացիայի տեսակները
80. Ձևական և ոչ ձևական խմբերը, խմբերի կառավարումը
81. Արդյունավետ թիմի բնութագիրը, ձևավորման պայմանները և զարգացման փուլերը
82. Անձնակազմի գնահատման սկզբունքներն ու մեթոդները
83. Անձնակազմի ուսուցումը, ուսուցման հիմնական տեսակների առանձնահատկությունները
84. Աշխատանքային պլանի նպատակը, կառուցվածքը
85. Նախնական, ընթացիկ և ամփոփիչ վերահսկողության իրականացումը, վերահսկողության գործընթացի փուլերը
86. Մարդկային ռեսուրսների տեղեկատվական համակարգի (ՄՌՏՀ) կիրառությունը,

նպատակը և առավելությունները

87. Մարքեթինգի բովանդակությունը և հիմնական հասկացությունները
88. Մարքեթինգի խնդիրները և նպատակները
89. Մարքեթինգի տեսակներն՝ ըստ պահանջարկի վիճակի
90. Մարքեթինգային ինֆորմացիայի համակարգը և հետազոտման գործընթացի փուլերը
91. Սպառողական շուկայի սեգմենտավորման սկզբունքները
92. Նպատակային սեգմենտի ընտրության ռազմավարությունները
93. Ապրանքի դիրքավորումը շուկայում և 4P կոմպլեքսի մշակումը
94. Նկարագրել միկրոմիջավայրի հիմնական գործոնները
95. Նկարագրել մակրոմիջավայրի հիմնական գործոնները
96. Մարքեթինգի զարգացման հայեցակարգերը
97. Ներկայացնել SWOT վերլուծության իրականացման քայլերը
98. «Ապրանք» հասկացությունը և նրա 3 մակարդակները
99. Ապրանքի՝ պահանջմունք բավարարելու նախապայմանը
100. Ապրանքի սպառողական արժեքի ձևավորումը
101. Ապրանքի սպառողական արժեքը ընկալելու գործընթացը
102. Ապրանքի դասակարգման հիմնական մոտեցումները
103. Ապրանքի կառուցվածքը, արտադրական նշանակության ապրանքների դասակարգումը
104. Ապրանքային անվանացանկի բնութագրիչները
105. Ապրանքային տեսականու ընդլայնման եղանակները
106. «Ապրանքի որակ» հասկացությունը, ապրանքի սպառողական հատկությունները
107. Փաթեթավորման դերը, նշանակությունը և ֆունկցիաները
108. Ապրանքների պահպանման ընթացքում տեղի ունեցող հնարավոր փոփոխությունները
109. Ապրանքների որակի մեջ փոփոխություն առաջացնող գործոնները
110. Ապրանքի մրցունակության էությունը և ձևերը ըստ Մ. Պորտերի
111. Ապրանքի մրցունակության գործոնները
112. Ապրանքի մրցունակության գնահատումը
113. Մերչենդայզինգի էությունը , նպատակները:
114. Մերչենդայզինգի հիմնական խնդիրները
115. Ներկայացնել մերչենդայզինգի երեք մակարդակները
116. Սպառողների վարքագծի կառավարում խանութ սրահում
117. Ներկայացնել մերչենդայզինգի I, II, III մակարդակի տարրերը
118. Ապրանքների դասավորության առավելությունները ըստ տարբեր մակարդակների :
119. Ձեռքեր, գնապիտակներ ակցիաներ մերչենդայզինգում
120. Իմպուլսիվ պահանջարկի ապրանքներ
121. Առևտրի սրահի գոտիավորում
122. Ապրանքի վաճառքի ձևերը խանութ սրահում
123. Ռեֆլեքսների դերը մերչենդայզինգում
124. Իմպուլսիվ պահանջարկի ապրանքներ առևտրի սրահի գոտիավորում
125. Նեյրոմարկետինգի նշանակությունը խանութ սրահում
126. Մերչենդայզինգի առավելությունը և սահմանափակումները
127. Նկարագրել պատրաստի հագուստի և էլեկտրոտեխնիկայի
128. խանութ- սրահները:
129. Ներկայացնել վճարումների եղանակները
130. Ներկայացնել վճարամիջոցների առանձնահատկությունները

131. Բնութագրել վճարման հանձնարարականը
132. Ներկայացնել չեկերով վճարումները
133. Փաստաթղթավորում, փաստաթղթաշրջանառություն
134. Ներքին հաշվառման փաստաթղթեր,
135. Արտաքին հաշվառման փաստաթղթեր
136. Սկզբնական հաշվառման փաստաթղթերը
137. Փաստաթղթերի տեսակները
138. Ֆինանսական փաստաթղթերի նշանակությունը,
139. Փաստաթղթերի լրացման կարգը,
140. Փաստաթղթերի դասակարգումը
141. Ինքնարժեք, գին (ներառյալ տեսակները)
142. Եկամուտներ, ծախսեր (դրանց դասակարգումը)
143. Առևտրի մենեջեր, նրա իրավունքներն ու պարտականությունները
144. Ներկայացնել հաշիվ-ապրանքագիրը
145. Ներկայացնել ապրանքային բեռնագիրը
146. Դրամական հոսքերը բանկերում
147. Հաշվապահական հաշվեկշիռը, կառուցվածքը, բովանդակությունը
148. Ֆինանսական հաշվետվությունների փաթեթը, հաշվետվությունների ձևերը
149. Շուկայի սպառողների վրա ազդող գործոնները
150. Գնման որոշում կայացնելու գործընթացը
151. Ո՞վ է հաճախորդը
152. Շուկայի գնորդների կողմից ապրանքն ընտրելու դրդապատճառները
153. Շուկայի հատվածավորման սկզբունքները
154. Վաճառքի աջակցման միջոցները
155. Կարիք, պահանջմունք, պահանջարկ
156. Հաղորդակցման խթանման AIDA մոդելը
157. Գործարար շուկա և գործարար գնորդներ
158. Բաններային ցանցեր
159. Արժեք, գին, բավարարվածություն
160. Որոշումներ, անհատական վաճառքների մասին
161. Մրցակցային վերլուծություն
162. Կենտրոնացում հաճախորդների մի խմբի վրա
163. Արդյունավետ վաճառք հաճախորդների հետ
164. Առկա ապրանքի ընտրությունը սպառողի կողմից
165. Նոր ապրանքի ստեղծում
166. Պահանջարկի գնահատում
167. Ձեռնարկությունների կառավարումը և պլանավորումը
168. Պլանավորումը և կանխատեսումը
169. Բիզնես գործընթացի պլանավորման նպատակը
170. Ապրանքը և ապրանքի վաճառքի կանխատեսումը շուկայում
171. Ձեռնարկությունում բաշխման գործընթացի կառավարումը
172. Վաճառքի աջակցման միջոցի ընտրությունը:
173. Ձեռնարկատիրության մարքեթինգային ռազմավարության համակարգը:
174. Կազմակերպության ռազմավարական պլանավորման ձևավորումը
175. Վաճառքի խթանումը սպառողական շուկայում

176. Մարքեթինգային ստրատեգիաներ և դրանց սկզբունքների կիրառումը պլանավորման մեջ
177. Ձեռնարկության մարքեթինգային գործողությունների քայլեր և ռազմավարական կարգավորումը
178. Արտահանման մարքեթինգային ծրագիր
179. Գնի սահմանման վրա ազդող հիմնական գործոնները
180. Գնի առանձնահատկությունները որպես մարքեթինգի միջոց
181. Համացանցի վաճառող տեքստերը , դրանց էությունը
182. «Լոգիստիկա» առարկայի էությունը: Լոգիստիկայի ազդեցությունն առևտրային կազմակերպությունների արդյունավետության վրա: Թեստ
183. Լոգիստիկայի հիմնական հասկացությունները, համակարգերը և կառուցվածքը:
184. Ներկայացնել լոգիստիկ համակարգի պարզ օրինակ:
185. Լոգիստիկայի հիմնական ուղղությունները, կառուցվածքը և կազմակերպման անհրաժեշտ պայմանները: Թեստ.-Լոգիստիկայի հիմնական բաժիններն են հանդիսանում.
186. Մատակարարման լոգիստիկան և նրա հիմնախնդիրները, գործառույթները, մատակարարման շղթայի ձևավորման փուլերը: Թեստ 1.Թեստ 2.
187. Գնումների լոգիստիկան և մատակարարների ընտրությունը: Առաջադրանք-խնդիր
188. Ներկայացնել ապրանքաշրջանառության բաշխման և իրացման հոսքերը: Խնդիր
189. Փոխադրումների լոգիստիկան կամ տրանսպորտային լոգիստիկան: Խնդիր
190. Մատակարարման ընթացքում առաջացած խախտումները և պատասխանատվությունները:
191. Խնդիր
192. Պահեստային լոգիստիկան և նշանակությունը լոգիստիկ համակարգում:Թեստ
193. Պահեստավորման լոգիստիկան: Խնդիր
194. Պաշարների լոգիստիկ հոսքեր: Խնդիր
195. Տեղեկատվական լոգիստիկա: Խնդիր
196. Ֆինանսական լոգիստիկ հոսքեր: Խնդիր
197. Լոգիստիկ համակարգի ծախսերը և կառուցվածքը: Թեստ
198. Սպասարկման լոգիստիկա: Թեստ