

## Добрый день, уважаемые студенты группы 927

<b>Дата занятия</b>	15.12.2021
<b>Тема занятия</b>	Организация работы предприятия
<b>Информационные ресурсы</b>	Интернет –ресурс: <a href="http://worldofscience.ru/jekonomika/10300-obshchaya-kharakteristika-modelej-rynka.html">http://worldofscience.ru/jekonomika/10300-obshchaya-kharakteristika-modelej-rynka.html</a> - Характерные черты основных моделей современного рынка
<b>Задание / инструкция</b>	Изучив материалы интернет –ресурсов, презентации на тему «Организация работы предприятия», выполните три задания. 1.Написать опорный конспект. 2.Ответить на контрольные вопросы. 3. Заполнить таблицу №1 «Характерные черты основных моделей современного рынка» с помощью ссылки интернет- ресурсов.
<b>Сроки выполнения</b>	До 16.12.2021 оформите отчет на листе формата А4 в текстовом редакторе Microsoft Word , либо письменно в тетради сделав фото или скриншот и направить на электронный адрес преподавателя
<b>ФИО преподавателя E-mail</b>	Кудиевская Резида Ринадовна sp2krr@surpk.ru

Автономное учреждение  
профессионального образования  
Ханты-Мансийского автономного округа Югры  
**«СУРГУТСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**Тема «Организация работы предприятия»**

Составитель: преподаватель Кудиевская Р.Р  
E-mail: [sp2krr@surpk.ru](mailto:sp2krr@surpk.ru)



**Технология** отражает техническую сторону производства и представляет собой способ воздействия человека на предметы труда.

**Организация производства** обеспечивает единство и взаимодействие всех работников, участвующих в процессе производства, а также взаимосвязь использования рабочей силы и средств производства.

## Предприятие в системе рыночных отношений



*Внешняя политика* – это система маркетинга , т.е система управления рынком.

Маркетинг(анг.market) –совокупность взаимосвязанных мероприятий предприятия , направленных на анализ состояния рынка и активное воздействие на потребительский спрос с целью расширения сбыта производимых товаров и получения прибыли.

Существуют определенные направления политики маркетинга :  
**товар; цена; стимулирование; распространение .**



Существуют определенные направления политики маркетинга :  
**товар-** предприниматель должен установить, какой товар нужен потребителю;  
**цена** -должна быть доступна потребителю и обеспечить прибыль;  
**стимулирование-** полезность, пригодность, качество товара для потребителей; **распространение** – комплекс мероприятий по продвижению товара на рынок.

• **Маркетинг должен отвечать на следующие вопросы:**

*Что следует производить?* Какой набор товаров и услуг наиболее полно удовлетворит материальные потребности общества?

*Как эту продукцию следует производить?* Как надо организовать производство? Какие необходимо создавать формы и технологии производства?

*Кто должен получить эту продукцию?* Как можно распределить эту продукцию между потребителями?

**«Маркетинг-план» бизнес –плана предприятия.**

- политика предприятия в области реализации продукции.
- ценовая политика
- организация рекламы.

Раздел «Маркетинг-план» содержит описание рынка на котором действует предприятие, конкурентов, стратегии реализации продукции ,ценовой политики.

**Типы рынка :** полиполия, олигополия, монополия.

- **Маркетинг должен отвечать на следующие вопросы:**

*Что следует производить?* Какой набор товаров и услуг наиболее полно удовлетворит материальные потребности общества?

*Как эту продукцию следует производить?* Как надо организовать производство? Какие необходимо создавать формы и технологии производства?

*Кто должен получить эту продукцию?* Как можно распределить эту продукцию между потребителями?

### **«Маркетинг-план» бизнес –плана предприятия.**

- политика предприятия в области реализации продукции.
- ценовая политика
- организация рекламы.

Раздел «Маркетинг-план» содержит описание рынка на котором действует предприятие, конкурентов, стратегии реализации продукции ,ценовой политики.

## Ценовая политика

### РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ : спрос, предложение ,цена и конкуренция

#### Характерные черты основных моделей современного рынка

Таблица №1

Признаки	Модели рынка			
	Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Чистая монополия	Олигополия
Число фирм				
Тип продукта				
Условия вступления в отрасль				
Примеры				



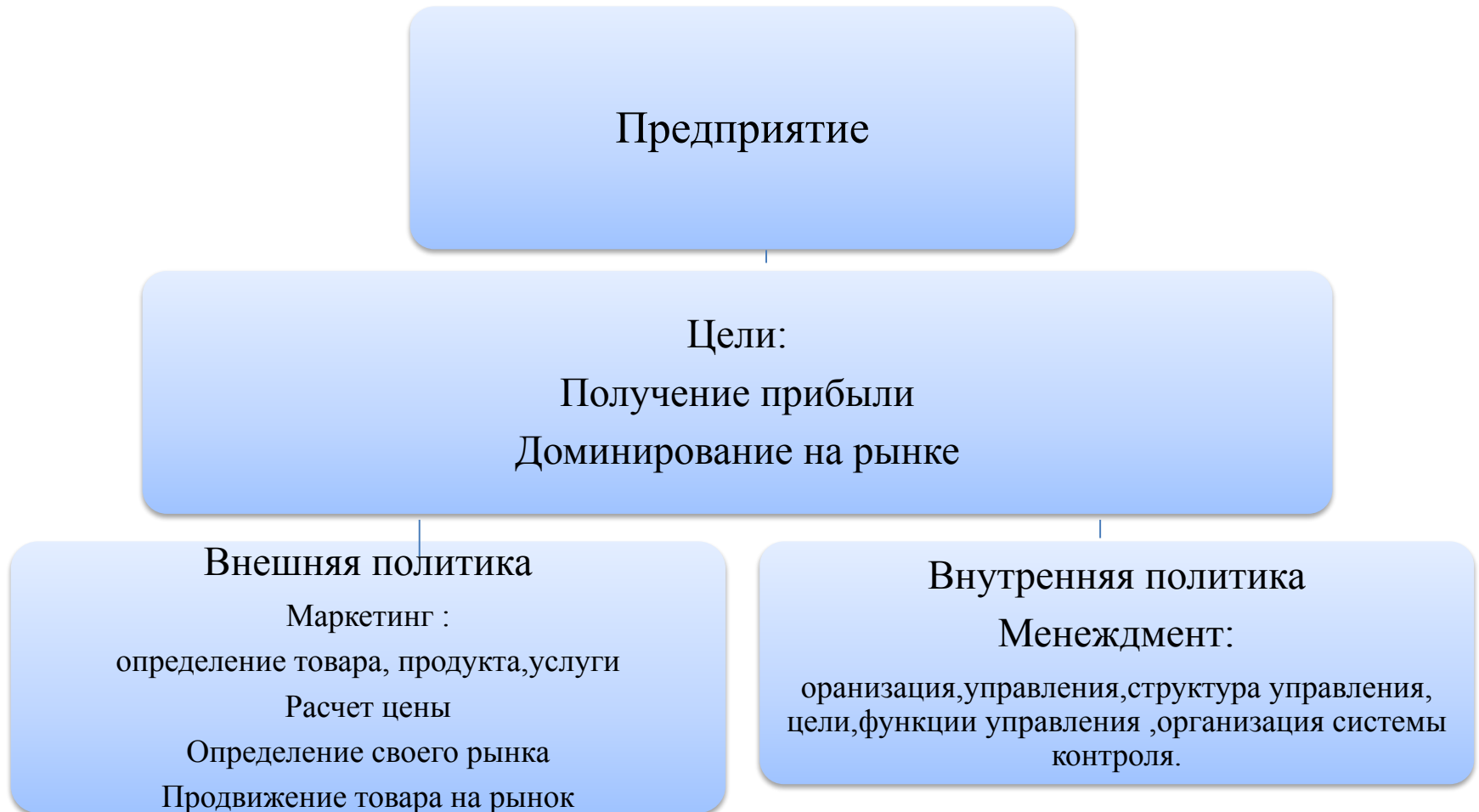
# Организация рекламы

## Типы рекламы.

- Информационная .Рассказ о товаре ,цене, услугах предприятия.
- Напоминающая напоминает о местах приобретения продукции, низких ценах.
- Убеждающая формирование предпочтения к марке продукции, убеждения клиента в необходимости приобретения продукции.
- Подкрепляющая убеждение потребителя в правильности сделанного товара.



- *Под организационной структурой управления* предприятием понимается состав отделов, служб, системная их организация, характер соподчиненности друг другу, порядок распределения функций управления по различным уровням.



# Типы организационных структур



Управляющее воздействие на объект могут предаваться только одним лицом-руководителем, который получает информацию только от своих, непосредственно ему подчиненных лиц, принимает решение, по всем вопросам, относящимся к руководимой части объекта, и несет ответственность а его работу пред вышестоящим руководителем.

Данный тип структуры управления применяется в условиях функционирования мелких предприятий с несложным производством.

## *Функциональная структура управления*



Управляющее воздействие на объект могут предаваться только одним лицом-руководителем, который получает информацию только от своих, непосредственно ему подчиненных лиц, принимает решение, по всем вопросам, относящимся к руководимой части объекта, и несет ответственность а его работу пред вышестоящим руководителем.

Данный тип структуры управления применяется в условиях функционирования мелких предприятий с несложным производством.

## **Контрольные вопросы**

1. Дайте определение предпринимательской деятельности?
2. В соответствии с законодательством РФ кто может выступать субъектом бизнеса?
3. Что служит объектом бизнеса? Приведите примеры.
4. Назовите формы осуществления предпринимательской деятельности и дайте им определения?
5. Перечислите организационно-правовые формы коммерческих предприятий?