

Добрый день, уважаемые студенты группы 927

Дата занятия	15.12.2021
Тема занятия	Организация работы предприятия
Информационные ресурсы	Интернет –ресурс: http://worldofscience.ru/jekonomika/10300-obshchaya-kharakteristika-modelej-rynka.html - Характерные черты основных моделей современного рынка
Задание / инструкция	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.
Сроки выполнения	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
ФИО преподавателя E-mail	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



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 передаваться 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 за его работу перед 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?