
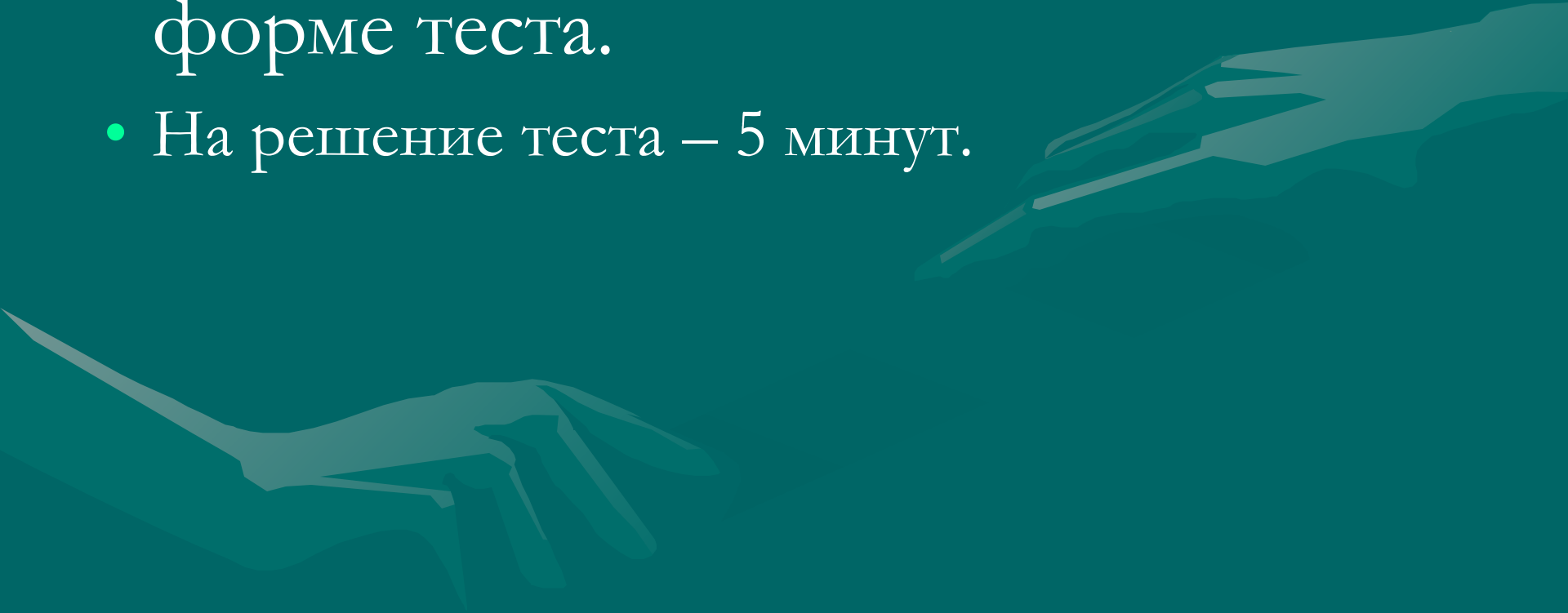


ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА



Тема урока:
«Внутренняя и внешняя среда
предприятия»

- Повторение домашнего задания в форме теста.
- На решение теста – 5 минут.



1. Смысл понятия менеджмент означает:

- А) дизайнерское искусство;
- Б) изобретатель;
- В) руководство, управление;
- Г) клерк.

2. Менеджмент — система управления производством, применяемая с целью:

А) текущего контроля объекта,

Б) увлеченность,

В) разницы цен изготовления продукции в отрасли,

Г) повышения его эффективности и получения прибыли.

3. Английское слово "Менеджмент" происходит от латинского слова «manus», которое на русском языке означает:

А) рука,

Б) конкуренты,

В) заказчики,

Г) разработки сотрудников.

4. Кто из перечисленных не внесли большой вклад в развитие менеджмента:

А) М.Фоллет;

Б) Р.Уотермен;

В) К.Маркс;

Г) П.М.Гастев

5. Реальное влияние при управлении по целям имеют руководители:

- А) среднего уровня,
- Б) высшего уровня,
- В) высшего, среднего и низшего уровня,
- Г) высшего и низшего уровня.

Проверка тестов.

Проверьте тест, если Ваш ответ совпадает с эталоном ответов, то поставьте себе «+», если нет то «-».

- 1 – В
- 2 – Г
- 3 – Г
- 4 – В
- 5 – Б

Подсчитайте количество правильных ответов:

- 5 правильных ответов – оценка «отлично»;
- 4 правильных ответа – оценка «хорошо»;
- 3 правильных ответа – оценка «удовлетворительно»;
- 2 и менее правильных ответов – оценка «неудовлетворительно».

**Изучение новой темы.
«Внутренняя и внешняя среда
предприятия»**

Успех работы предприятия зависит как от деятельности самого предприятия (его подразделений), так и от динамики его окружения, т.е. среды (маркетинговой среды), в которой оно находится. Различают внутреннюю и внешнюю среду маркетинга.

Среда предприятия

```
graph TD; A[Среда предприятия] --> B[Внутренняя среда  
(контролируемая  
предприятием)]; A --> C[Внешняя среда (не  
контролируемая  
предприятием)];
```

Внутренняя среда
(контролируемая
предприятием)

Внешняя среда (не
контролируемая
предприятием)

Внешняя среда (не контролируемая предприятием):

микросреда

макросреда

поставщики

демографические факторы

клиентура, или потребители

экономические факторы

конкуренты

природные факторы

контактные аудитории

научно-технические факторы

политические факторы

факторы культурного окружения

МИКРОСРЕДА

(среда прямого воздействия) — это среда непосредственных контактов с предприятием. Она включает тех участников рынка, с которыми у предприятия есть прямые отношения или которые оказывают на него прямое воздействие.

Поставщики материальных, трудовых, информационных и финансовых ресурсов — это деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или

Посредники — это фирмы, помогающие компании в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди клиентуры. К ним относятся:

- *торговые посредники*
- *фирмы*
- *агентства по оказанию маркетинговых услуг*
- *кредитно-финансовые учреждения*

Клиентура, или потребители.

- потребительский рынок,
- рынок производителей,
- рынок промежуточных продавцов,
- рынок государственных учреждений,
- международный рынок.

Конкуренты — это любые фирмы,
производящие аналогичный товар или
услугу.

Контактные аудитории (СМИ, общества потребителей и др.) — это любая группа, которая оказывает влияние на способность предприятия достигать поставленных целей. Среди них можно выделить следующие:

- финансовые круги,
- аудитории средств информации,
- государственные учреждения,
- гражданские группы действий,
- местные контактные аудитории,
- широкая публика,
- внутренние контактные аудитории

МАКРОСРЕДА - это среда, которая представлена более общими внешними факторами, оказывающими влияние на микросреду в целом:

- *демографические факторы*
- *экономические факторы*
- *природные факторы*
- *научно-технические факторы*
- *политические факторы*
- *факторы культурного окружения*

Закрепление пройденного материала по
теме:
«Внутренняя и внешняя среда предприятия»

Внутренняя среда маркетинга, это действующая система управления предприятием

Внешняя среда маркетинга, это комплекс факторов, оказывающих непосредственное влияние на производственную и финансово-хозяйственную деятельность предприятия

К кредитно-финансовым учреждениям
относятся
банки, кредитные компании

Конкуренты, это
любые фирмы, производящие
аналогичный товар или услугу

Фирмы, помогающие компании в
продвижении, сбыте и
распространении ее товаров среди
клиентуры
посредники

Спасибо за урок!

Презентацию урока по теме: «Внутренняя
и внешняя среда предприятия»
подготовила преподаватель
специальных дисциплин Мусина Л.Ф.

г. Сибай, 2011 уч. год