
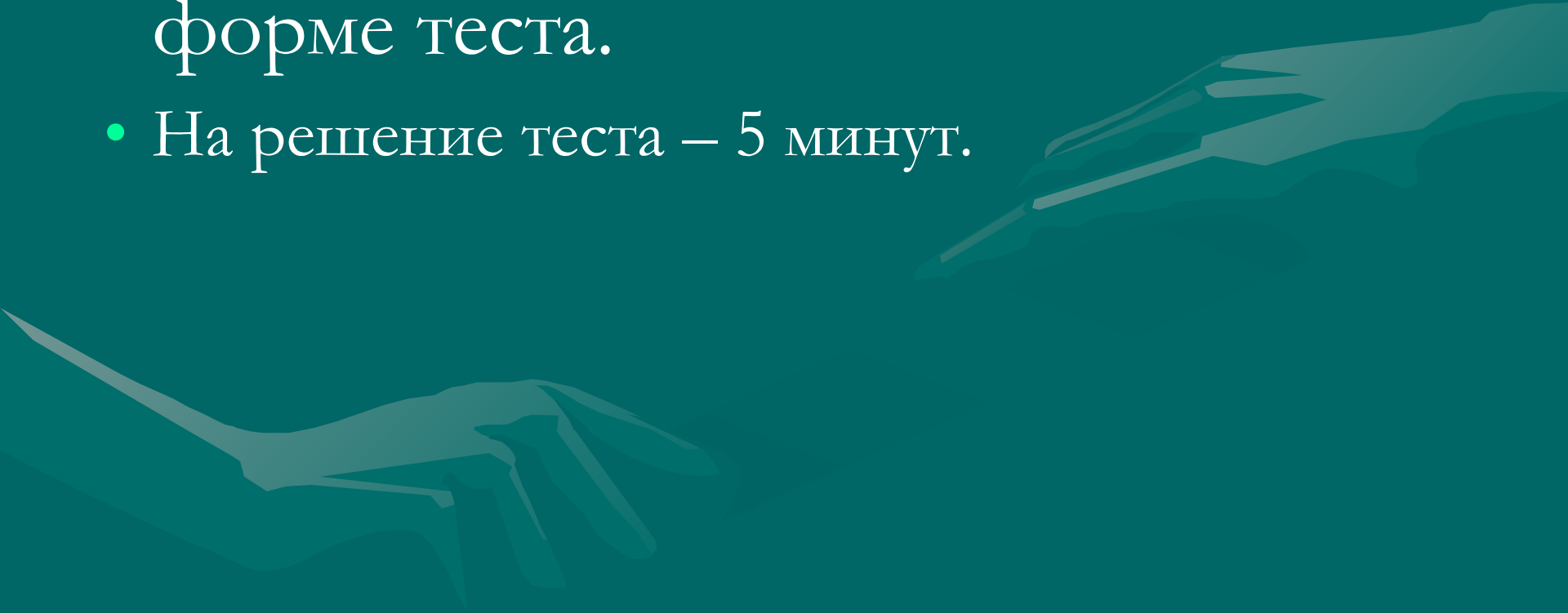


ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

The background of the slide features a dark teal color with a faint, semi-transparent illustration of two hands shaking, symbolizing agreement or partnership. The hands are positioned on the left and right sides of the frame, with the fingers slightly curled as if in a firm grip.

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