



Цели урока

- знать особенности экономического развития стран мира, основные проблемы экономики и пути их решения, способы повышения эффективности хозяйственной деятельности;
- уметь составлять публичные выступления на основе мультимедиапрезентаций, работать в группе, налаживать эффективное взаимодействие





Цели урока

- знать и уметь оперировать понятиями «менеджмент», «менеджер», «маркетинг», «цена»;
- уметь характеризовать основные функции менеджмента, главные принципы маркетинга, методы рыночного ценообразования



Вопросы для обсуждения

- 1. Бизнес это наука или искусство?
- 2. Можно ли научиться бизнесу?



Понятие менеджмента

Этимология понятия

Менеджмент (англ.)
management – 1) заведование,
управление;

- 2) обращение, умение (владеть инструментом, работать);
- 3) правление, дирекция, администрация



Понятие менеджмента

Задание: на основе этимологии составьте определение понятия менеджмент

Менеджмент — это...



Понятие менеджмента

- Менеджмент 1) наука и искусство управления;
- 2) особая деятельность по управлению предприятием (организацией, фирмой);
- 3) группа людей, профессионально занимающихся управлением
- Менеджер наемный специалист по управлению



Уровни менеджмента

Топ – менеджеры крупных компаний

Менеджеры высшего звена (руководители организаций)

Менеджеры среднего звена (заместители руководителя, начальники подразделений и производств)

Менеджеры низового звена (начальники участков мастера, бригадиры)



Функции менеджмента

- Организация
- Планирование
- Руководство
- Контроль



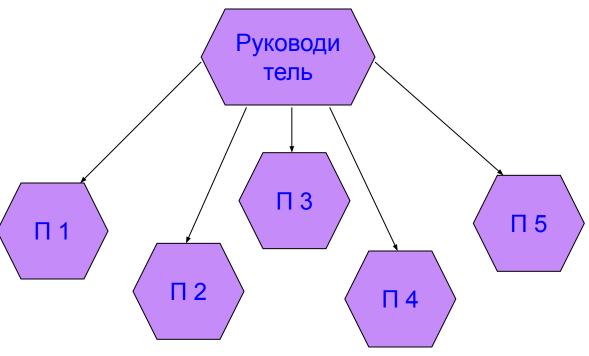
Организация –

определение структуры фирмы, распределение заданий между отдельными группами людей и координация их деятельности



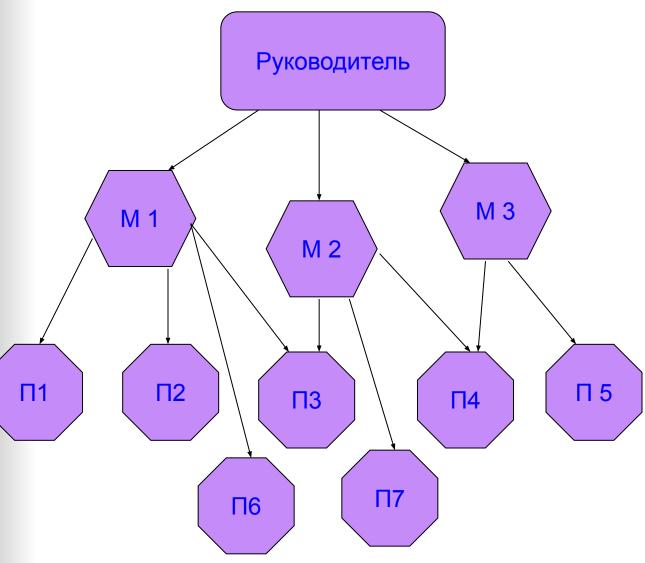
Виды организационной структуры фирм

Простая (линейная)



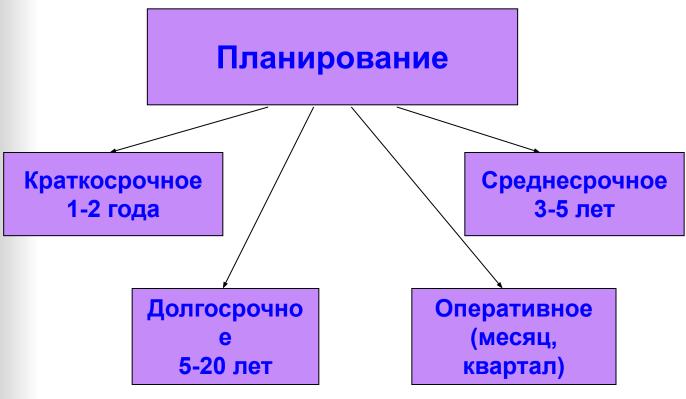
Каковы условия применения данной структуры?

Сложная (линейно –штабная)





Планирование – постановка целей деятельности и определение путей их достижения





Руководство – создание условий для деятельности по реализации планов, принятие управленческих решений



Ситуация:

Работник организации, которому было дано важное производственное задание, не выполнил порученного в срок. Каковы ваши действия, как руководителя организации?



Контроль – проверка деятельности фирмы, её сотрудников, с целью корректировки действий для достижения целей, реализации планов.



Понятие маркетинга

Этимология понятия Маркетинг (англ.) market – рынок; продавать, сбывать

Задание:

На основе этимологии понятия самостоятельно дайте его определение

Маркетинг — это...



Понятие маркетинга

Маркетинг – деятельность по изучению, формированию и удовлетворению потребительского спроса на рынке

Маркетолог — экономист — социолог; специалист по изучению рынка



Принципы маркетинга

Главный принцип:
производить то, что можно
продать
Другие принципы

- 1. Изучение рынка
- 2. Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта
- 3. Воздействие на рынок



Этапы изучения рынка

- 1. Сбор информации о ценах, состоянии спроса и предложения
- 2. Анализ информации
- 3. Принятие решения о производстве товаров и услуг



Сегментация – основной метод маркетинга

- Географическая сегментация
- Демографическая сегментация
- Психографическая сегментация (изучение мотивации)
- Поведенческая сегментация (изучение отношения к товарам)



Задание:

На основе текста на стр. 73-74 учебника определите содержание критериев сегментации рынка. К какому сегменту вы бы отнесли себя, как потребителя?



Критерии сегментации рынка

| Географичес | Демографи- | Психографи- | Поведенчес- |
|-------------|-------------|-------------|-------------|
| кая | ческая | ческая | кая |
| сегментация | сегментация | сегментация | сегментация |
| | | | |



Критерии сегментации рынка

| Географичес | Демографи- | Психографи- | Поведенчес- |
|---|---|---|---|
| кая | ческая | ческая | кая |
| сегментация | сегментация | сегментация | сегментация |
| •Климат местности Природные ресурсы Плотность населения Наличие городов | ■Пол Возраст Размер семьи Уровень доходов Род занятий | ■Стиль жизни ■Личные качества ■Индивидуальн ое отношение к товару | ■Супернова- торы Новаторы Обыкновен- ные Консервато- ры Суперконсер- ваторы |



Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

Методы проникновения

- 1. Привлекательность товара
- 2. Способы распространения (каналы сбыта) товара
- з. Ценообразование

Цена – денежное выражение стоимости товара



Методы ценообразования



Методы ценообразования

- Глупое следование за конкурентом
- Снятие сливок
- Проникновение
- Затратный (расчет издержек)
- Затратно маркетинговый



Методы стимулирования рынка

Задание:

Самостоятельно определите и запишите методы стимулирования рынка



Методы стимулирования рынка

- Реклама
- Акции по привлечению внимания к товару, услуге
- Повышение качества продукции
- Выпуск новых товаров, услуг
- Снижение цен и др.



Рефлексия

- Что нового вы узнали на уроке?
- Чем важен для вас данный урок?
- Сделайте выводы по уроку
- Составьте предложения с понятиями «менеджмент», «менеджер», «маркетинг».
- Достигли ли мы целей?



Домашнее задание

- § 6, зад. 1-3 стр. 78 устно, записи в тетради
- Повторить §§ 1-5, подготовиться к проверочной работе