

# Деловая игра «Создание фирмы»



---

# 1. На первом этапе деловой игры группа разделяется на 2-3 команды.

- **Каждая команда должна:**
  - 1. Придумать название организации – 5-7 минут.
  - 2. Определить ее сферу деятельности – 5-7 минут.
  - 3. Сформулировать цели и задачи фирмы – 10 минут.
  - 4. Придумать формулировку миссии - 10 минут.
  - 5. Охарактеризовать продукцию фирмы (товар или услугу) – 5-7 минут.
  - 6. Описать конкурентные преимущества фирмы – 10 минут.
  - 7. Нарисовать свое представление об организации – здесь полный простор для фантазии! Кто клиент? Кто вы для клиента? Каков состав вашей команды? Как выглядит логотип компании? – 15 - 20 минут.
-

# Название организации

«Всё имеет суть и вес -  
Кораблю, как человеку,  
Имя нужно позарез.

Имя вы не зря даёте,  
Я скажут вам наперёд:  
**Как вы яхту назовёте,  
Так она и поплывёт!**

Пусть юнцы еще матросы  
Шхуна хлипкая на вид -  
Назовите "Альбатросом",  
И она уже летит.

А "Корытом" назовете -  
Не уйдете от беды:  
Эта шхуна и в болоте  
Нахлебается воды».



# Сфера деятельности

В организациях **сферой деятельности** является определенный вид работ и услуг, предусмотренных уставом, включающий в себя разнообразные направления деятельности.

На сегодняшний день существует огромное количество сфер деятельности, начиная от медицины и заканчивая искусством.



# Цели фирмы

- **Цель** – это конечный желаемый результат, который определяется в процессе планирования и регулируется функциями менеджмента.



# Задачи организации

- Задачи конкретизируют цель и подразделяют ее достижение на определенные этапы.



# Миссия – это

- основная публичная цель деятельности организации, поясняющая причину её существования;
- остальные цели служат осуществлению миссии. В миссии отражается, чем полезна организация окружающему миру;
- миссия не формулируется как получение прибыли.

---

***Получение прибыли это УСЛОВИЕ существования организации, не цель.***

# Три функции бизнес-миссии

- **Дает общее представление о фирме**  
(товары и услуги, клиенты и рынки, конкурентные преимущества и уникальность).
- **Способствует единению внутри фирмы и созданию корпоративного духа**  
(делает ясным предназначение фирмы, формирует деловой климат, устанавливает степень соответствия сотрудников требованиям фирмы).
- **Создает возможности эффективного управления организацией**  
(база для разработки целей, стандарты для распределения ресурсов, конкретизация смысла и содержания деятельности каждого работника).



---

## Формулировка миссии должна отвечать ряду требований:

- Простота.
  - Легкость передачи.
  - Опора на факты – а не на раздумья и мечты.
  - Должна ясно показывать, что делать, а чего не делать.
  - Динамичность.
  - Доступность на всех организационных уровнях
  - Должна вызывать доверие.
  - Однозначность, недопустимость разночтений.
-

## Примеры миссии компаний:

- **Миссия автомобильной компании «General Motors»:** «Производство автомобилей для любых кошельков, любых целей, любых людей».
- **Миссия автомобильной компании «Chevrolet»:** «Инновационность, приносящая пользу клиентам и обществу в целом».
- **Миссия «Сбербанка»:** «Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты. Мы строим одну из лучших в мире финансовых компаний, успех которой основан на профессионализме и ощущении гармонии и счастья ее сотрудников».
- **Миссия компании «Coca-Cola»:** «Во всем, что мы делаем, мы руководствуемся тремя принципами, которые мы назвали миссией и сформулировали так: освежать мир, тело, разум и дух; пробуждать оптимизм с помощью наших напитков и наших дел; приносить смысл во все, что мы делаем».
- **Миссия компании «Apple»:** «Мы предлагаем компьютеры самого высокого качества для людей во всем мире».

**Продукция фирмы (товар или услуга) — термин, характеризующий результат производственной, хозяйственной деятельности. Представляет собой совокупность продуктов, явившихся результатом производства**

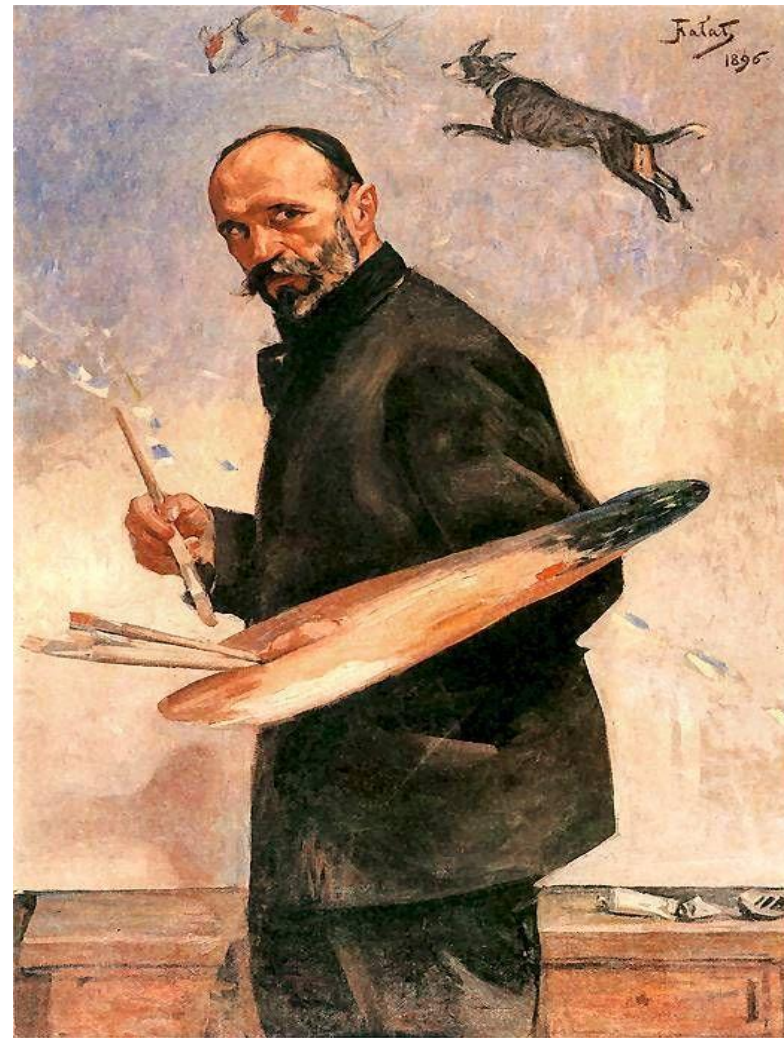


# Конкурентное преимущество

**Конкурентное преимущество** — экономическая категория, означающая наличие у фирмы уникальных характеристик, выгодно отличающих ее от других аналогичных субъектов на рынке.



# А теперь порисуем!



2. Этап второй – выступление команд.

3. Этап третий – обратная связь и комментарии.



# Удачи на Олимпиаде!

