

# **Менеджмент и маркетинг в домашней экономике**

# Цель урока:

- Познакомиться с понятиями «маркетинг» и «менеджмент»;
- Узнать значение этих слов;
- Познакомиться с правилами покупки и значение штрихового кода

# Повторение:

1. Что изучает домашняя экономика?
2. Назовите способы увеличения доходов школьника.
3. Дайте характеристику потребностям?

**«Маркетинг» -**

английское слово

«marketing»

означает «рынок»

# Задачи маркетинга:

1. Выявление потребностей.
2. Удовлетворение потребностей
3. Возобновление потребностей

# Этапы совершения покупок:

1. Составление списков необходимых товаров, создание комплекса желательных вещей.
2. Составленный список привязывают к соответствующим магазинам.
3. Сбор информации.
4. Момент совершения покупки.
5. Оценка приобретенного товара или услуги

# Потребительский портрет вещи:

1. Практичность.
  2. Удобство.
  3. Красота.
  4. Модность.
  5. Оригинальность.
  6. Общность.
  7. Ценность.

**Штриховой код -**

**контролирует качество  
продукции**



# Реклама -

система мероприятий,

направленных на

привлечение

внимания покупателя к

фирме

или к реализуемому товару

# Средства массовой рекламы:

- Телевидение, газеты,
- Журналы, радио
- Выставки товаров

# Требования к массовой рекламе:

1. Охват как можно большей территории.
2. Привлечь внимание людей различного образа жизни, разных привычек и вкусов.
3. Объективность и разность информации.
4. Наличие юридического адреса, красочность и содержательность оформления.

# Менеджмент -

система управления  
производством,  
применяемая с целью  
повышения его  
эффективности и  
получения прибыли.

# Основные составляющие менеджмента:

- Постановка цели
- Планирование
- Организация
- Контроль
- Мотивация
- Коммуникация

# Основные характеристики системы управления:

1. Небольшое число уровней управления;
2. Небольшие подразделения; укомплектованные меньшим числом людей, но более квалифицированных;
3. Трудовой коллектив, основанный на малых группах специалистов;
4. Производство товара и организация работы