

The background is a collage of four quadrants. The top-left quadrant is purple and shows a stack of papers. The top-right quadrant is pink and shows a clock face. The bottom-left quadrant is green and shows a stack of papers. The bottom-right quadrant is yellow and shows a clock face. The text is centered in a black-bordered box.


Экономическое
развитие.

Экономическая
деятельность и условия
её эффективности.

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





Основные
принципы

менеджмента.



Основы маркетинга.

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



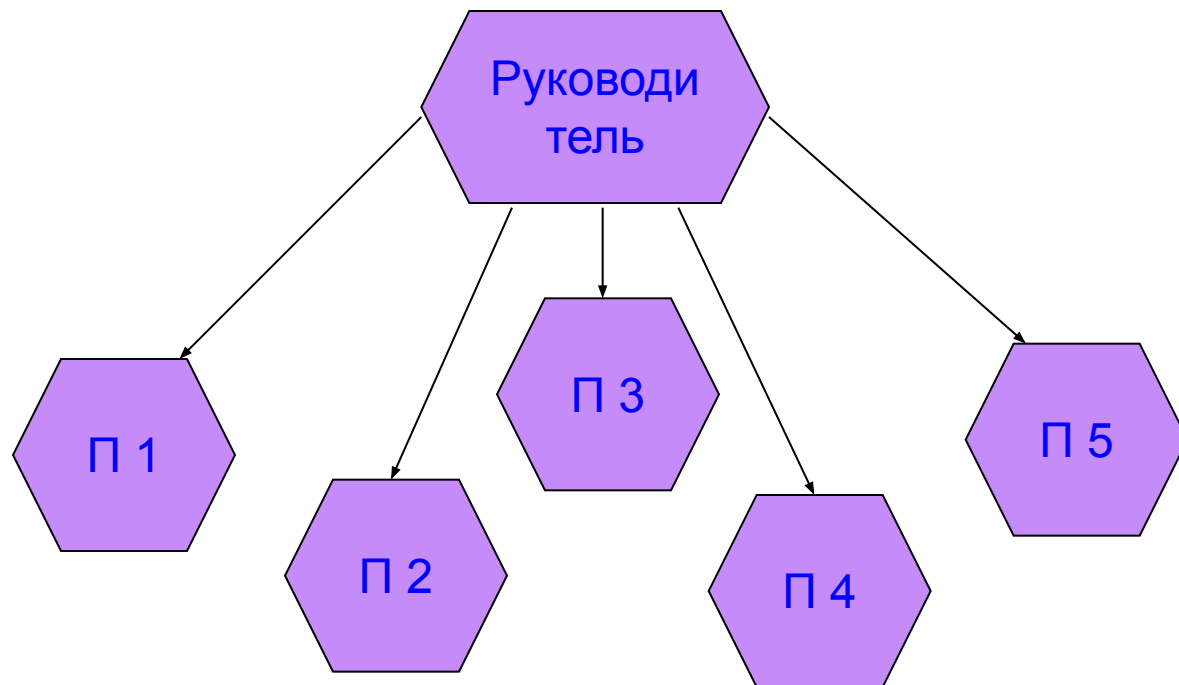


Организация –

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

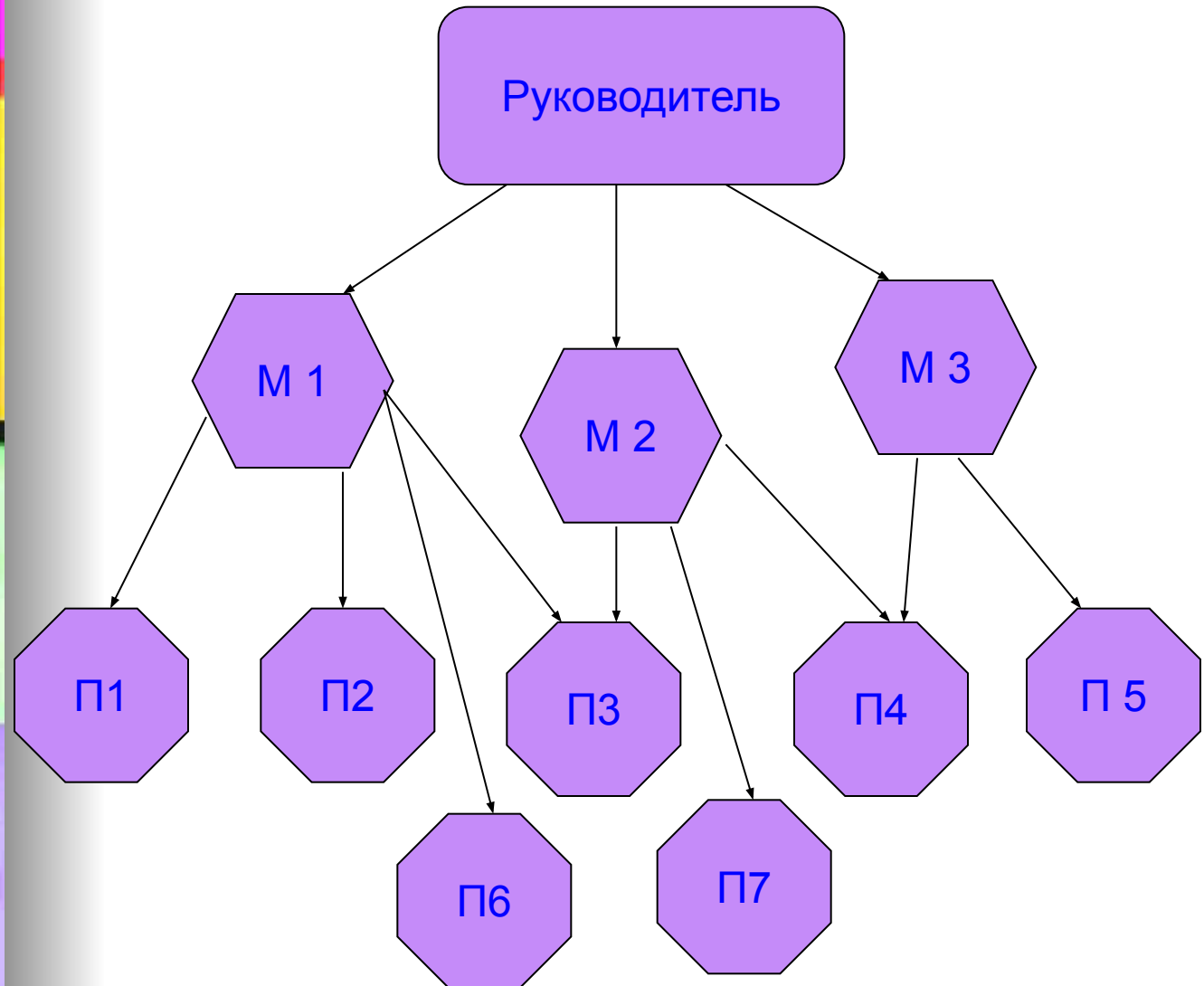
Виды организационной структуры фирм

Простая (линейная)

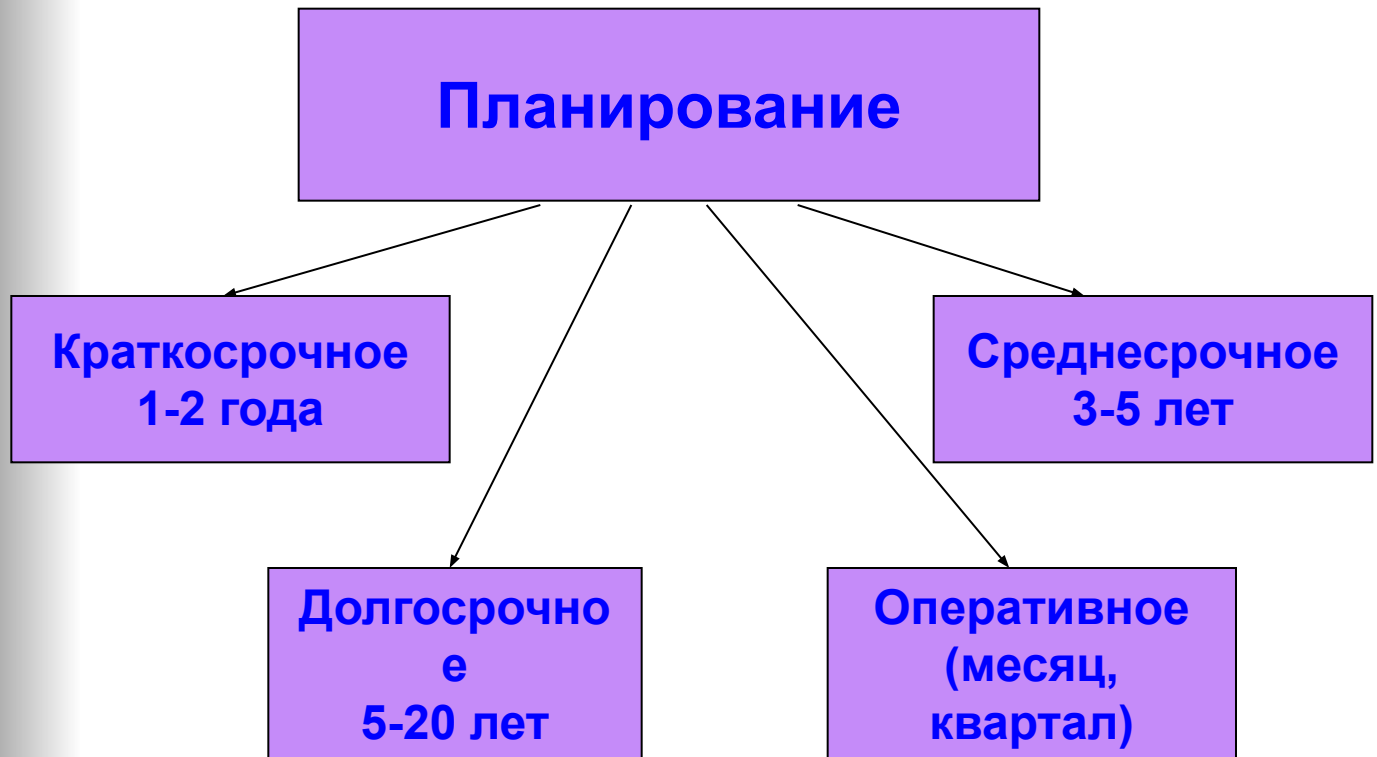


Каковы условия применения данной структуры?

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

Географическая сегментация	Демографическая сегментация	Психологическая сегментация	Поведенческая сегментация



Критерии сегментации рынка

Географическая сегментация	Демографическая сегментация	Психографическая сегментация	Поведенческая сегментация
<ul style="list-style-type: none">■ Климат местности■ Природные ресурсы■ Плотность населения■ Наличие городов	<ul style="list-style-type: none">■ Пол■ Возраст■ Размер семьи■ Уровень доходов■ Род занятий	<ul style="list-style-type: none">■ Стиль жизни■ Личные качества■ Индивидуальное отношение к товару	<ul style="list-style-type: none">■ Суперноваторы■ Новаторы■ Обыкновенные■ Консерваторы■ Суперконсерваторы



Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

Методы проникновения

1. Привлекательность товара
2. Способы распространения (каналы сбыта) товара
3. 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

