



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

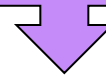
- Менеджмент – 1) наука и искусство управления;
2) особая деятельность по управлению предприятием (организацией, фирмой);
3) группа людей, профессионально занимающихся управлением
- Менеджер – наемный специалист по управлению



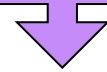


Уровни менеджмента

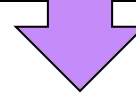
Топ – менеджеры крупных компаний



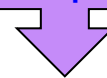
Менеджеры высшего звена
(руководители организаций)



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



Менеджеры низового звена (начальники участков
мастера, бригадиры)



Функции менеджмента

- Организация
- Планирование
- Руководство
- Контроль



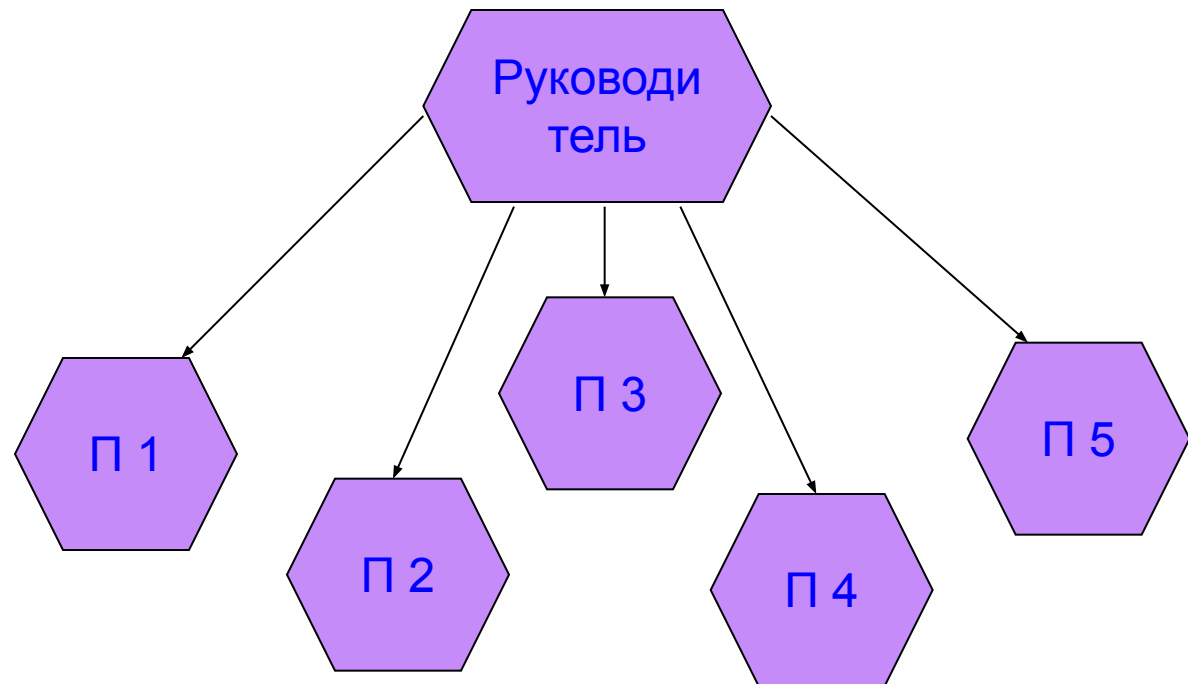


Организация –

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

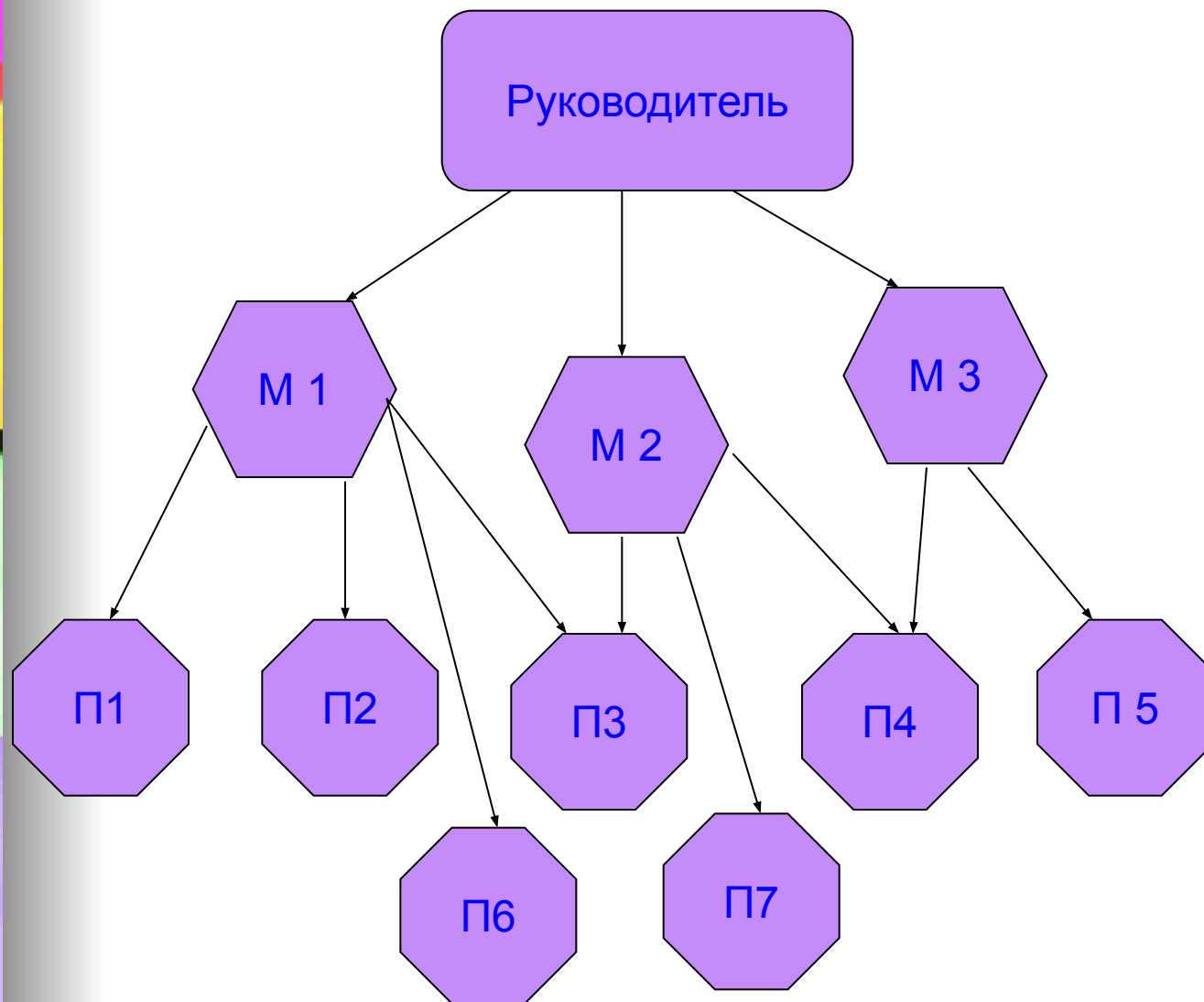
Виды организационной структуры фирм

Простая (линейная)

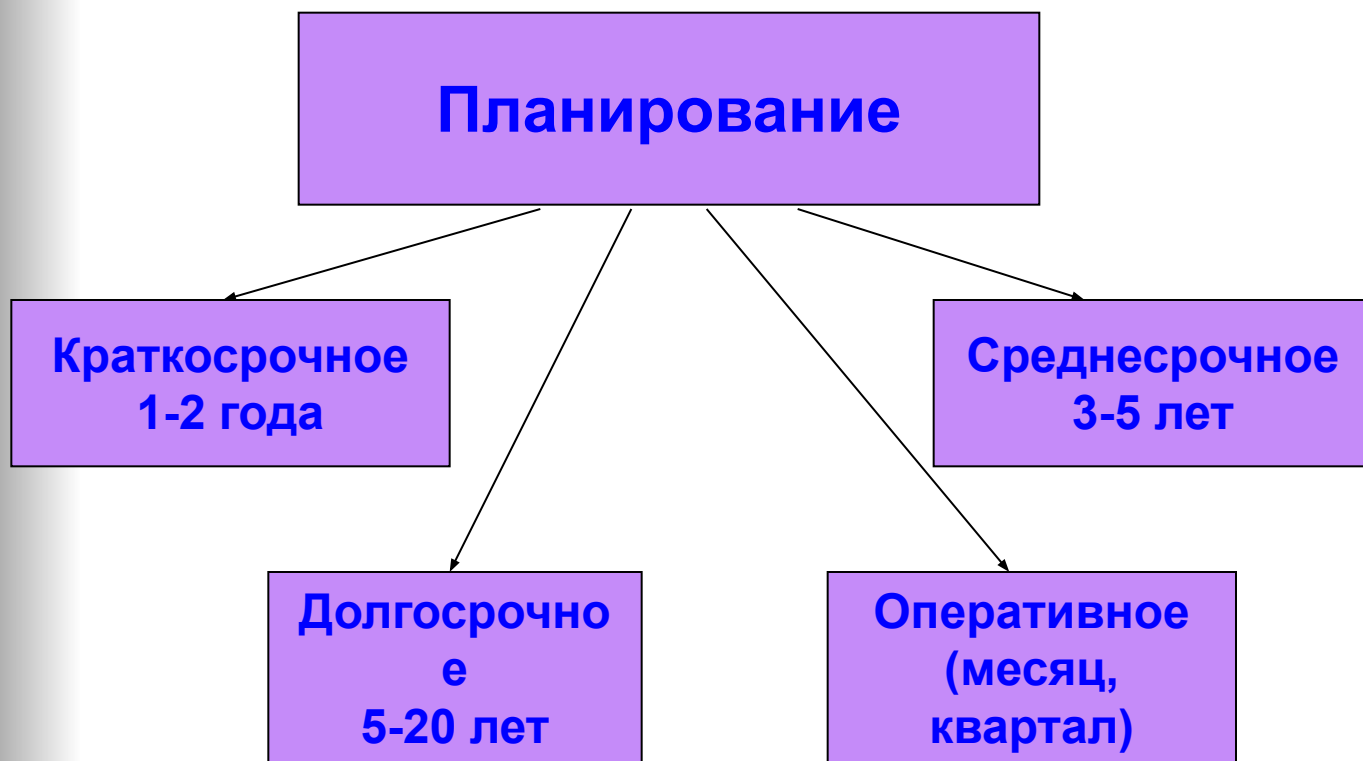


Каковы условия применения данной структуры?

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,
сбыывать



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	Психографическая сегментация	Поведенческая сегментация

Критерии сегментации рынка

Географическая сегментация	Демографическая сегментация	Психографическая сегментация	Поведенческая сегментация
■ Климат местности ■ Природные ресурсы ■ Плотность населения ■ Наличие городов	■ Пол ■ Возраст ■ Размер семьи ■ Уровень доходов ■ Род занятий	■ Стиль жизни ■ Личные качества ■ Индивидуальное отношение к товару	■ 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

