

Дисциплина УД.02 Экономика

Вид занятия: лекция

Тема занятия: Производство

Цели занятия:

- **дидактическая** - изучение теоретического материала по плану темы; усвоение понятий «менеджмент», «маркетинг», «бизнес-план»; ознакомление с менеджментом и маркетингом как важнейшими инфраструктурными элементами современной экономики
- **воспитательная** - прививать навыки экономического мышления, побуждать к научной, творческой деятельности; воспитывать внимание, дисциплинированность, активность

Литература:

1. Гомола А. И. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования /А.И.Гомола, В.Е.Кириллов, П.А.Жанин. — 6-е изд., испр. — М.: Издательский центр «Академия», 2021. — 352 с.

2. Грязнова, А. Г. Экономика [Текст]: учебник для 10 – 11 классов / А. Г. Грязнова, Н.Н. Думная, О.В. Караманова и др. – Москва: Интеллект-центр, 2019. – 496 с.

Интернет-ресурсы:

<http://www.prosv.ru> - сайт издательства «Просвещение» (рубрика, «Экономика»)

<http://institutiones.com/download/books.html?start=975> - Экономический портал. Учебники и книги по экономике

Домашнее задание:

- составить опорный конспект и выучить лекцию;
- письменно ответить на контрольные вопросы

Выполненное задание прислать:

на почтовый адрес 777_natali@mail.ru

или личные сообщения в контакте <https://vk.com/id219581288>

План

1. Менеджмент. Основные принципы менеджмента.
2. Маркетинг. Основные элементы маркетинга.
3. Бизнес-план.

1. Менеджмент. Основные принципы менеджмента

Менеджмент возник в начале XX века и уже через несколько десятилетий стал влиятельной общественной силой. С появлением

транснациональных корпораций, сравнимых по экономическому потенциалу с отдельными государствами, роль менеджеров приобрела колossalное значение.

Менеджмент – это деятельность по управлению и координации работы предприятия и его подразделений, включая коллектив руководителей предприятий.

К принципам менеджмента относятся закономерности и требования, выполнение которых обеспечивает эффективную работу предприятия:

- целенаправленность – объединение деятельности организации на достижение общей цели, соотнесение цели с ресурсами, необходимыми для выполнения поставленной задачи;

- ответственность – сотрудники, соответственно их полномочиям, осознают, что некачественное выполнение работы влечёт за собой определенные взыскания, штрафы;

- компетентность – хорошие знания менеджером объекта управления, его функций;

- системность – каждое управленческое решение анализируется для выявления его влияния на все подразделения предприятия;

- дисциплинированность – элемент, который влияет на качество работы и формирует корпоративную культуру сотрудников;

- стимулирование – материальное и моральное мотивирование сотрудников, повышение их заинтересованности в результатах своего труда.

Основные принципы менеджмента влияют на достижение предприятием экономических целей – повышение эффективности производства за счёт снижения себестоимости продукции (материалоёмкости, трудоёмкости, общепроизводственных затрат) и получение прибыли.

Менеджер – это лицо, занимающее управленческую должность и наделённое полномочиями принимать решения по определённым видам деятельности организации, функционирующей в рыночных условиях.

В зависимости от размера фирмы, иерархия менеджмента делится на уровни:

- *высший* – президент компании, генеральный директор, председатель совета директоров;

- *средний* – заместители руководителя, руководители крупных структур – отделов, цехов;

- *низовой* – руководители первичных подразделений – бригад, секторов, участков.

Современный управленец – это не просто должностное лицо, а человек, который поведёт команду вперёд и приумножит прибыль, именно поэтому он должен обладать знаниями в области экономики и управления, уметь ставить цели и эффективно решать актуальные задачи, проявлять инициативу, самостоятельность, быть справедливым и неравнодушным к сотрудникам. Качество работы менеджера отражается как на финансовых, так и на производственных результатах предприятия, а кому-то из них приносит мировую известность. Ли Якока (США) успешно работал у Генри Форда II, но после определённых разногласий перешёл в руководство Chrysler, где сумел буквально реанимировать автомобильную компанию, находившуюся на грани

банкротства. Лесли Ричард Гровс (США) руководил в 1942 году Манхэттенским проектом по созданию ядерной бомбы. Он не имел никакого отношения к науке, но, как никто, гениально управлял процессом её создания. Маргарет Уитмен (США) превратила компанию eBay в огромную торговую интернет-площадку. Билл Гейтс (США) создал компанию по производству программных продуктов Microsoft Corporation, которая сегодня является гигантом бизнеса.

Организация – это процесс создания структуры предприятия, где отражён состав, подчинение и взаимодействие отдельных подразделений фирмы. Познакомимся с типами организационных структур.

Линейная отличается чётко выраженной вертикалью управления, где все решения передаются по цепочке сверху вниз. Подходит для небольших предприятий с несложной специализацией, например, небольшой розничный магазин.

Функциональная отличается делением организации на структурные звенья, каждое из которых выполняет конкретную задачу. Специалисты подразделений обладают высоким уровнем профессиональных компетенций и отвечают только за конкретный участок работы. Управленческие решения принимаются медленно, поскольку нет единоличия. Такая организационная структура принята на крупных машиностроительных предприятиях.

Штабная отличается наличием у линейного руководителя, как правило, менеджера высшего звена, отдельной группы специалистов и консультантов, которые прорабатывают возможные управленческие решения и предлагают их руководителю. Штабы могут работать как временно, так и постоянно. Штабную структуру организации используют группы компаний, холдинги.

2. Маркетинг. Основные элементы маркетинга

XXI век называют веком потребления – всё вокруг нас связано с покупкой и потреблением товаров, нам навязывают культуру потребления, сами мы – потребители. Маркетологи всего мира ищут всё новые способы того, как ещё глубже залезть в наши головы и понять, что нам нужно. Почему значимость маркетинга в наше время стала настолько важна? Попробуем разобраться...

Маркетинг – это деятельность, направленная на формирование и удовлетворение рыночного спроса.

Маркетолог – это сотрудник предприятия, который занимается анализом спроса на производимый товар и рынки сбыта товара, разрабатывает мероприятия по увеличению сбыта.

Знаменитые маркетологи:

Говард Шульц (США) основал компанию Starbucks, стратегию её маркетинга.

Амансио Ортега (Испания) создал и продвинул бренд одежды Zara.

Алан Малали (США) вернул компании Ford статус транснациональной.

Тадаси Янаи (Япония) разработал сверхтонкий пуховик TM Uniqlo.

Основные элементы маркетинга отражены в концепции маркетинг-микса или *модели 4P*: продукт (product), цена (price), место (place) и продвижение (promotion).

Продукт – это конкретный товар или услуга, которую фирма предлагает потребителям. Определение конкурентных преимуществ товара, контроль за его качеством, разработка бренда и упаковки – вот примерный перечень составляющих этого элемента.

Цена – регулятор потребительского спроса. Определение оптимальной и разумной цены – важнейший элемент маркетинга, поскольку потребитель, обдумывая целесообразность покупки, не станет приобретать товар по завышенной цене, а слишком низкая цена, скорее всего, вызовет сомнения в качестве продукта.

Место – это канал, с помощью которого будет приобретаться товар, и неважно, будет ли это обычный магазин или онлайн-площадка, главное, чтобы это было удобно целевой аудитории, на которую рассчитывает производитель.

Продвижение – это комплекс мер по информированию потребителей о достоинствах товара, побуждению желания купить именно этот продукт. Продвигать продукцию на рынок можно с помощью промо-акций, бесплатной раздачи образцов, «сарафанного радио» или канала молвы.

3. Бизнес-план

Планирование – это определение целей деятельности фирмы и способов их реализации. Процесс изучения и решения проблем будущего. Планирование может быть стратегическим (долгосрочным) – на 10-15 лет, тактическим (среднесрочным) – на 3-5 лет и оперативным (краткосрочным) – на месяц и менее. Отдельная тема планирования – составление бизнес-планов. Бизнес-план – это комплексное описание деятельности по реализации коммерческого проекта с учётом возможных проблем и рисков. Он имеет достаточно сложную структуру, но умение составить бизнес-план помогает понять, стоит ли вкладывать средства, окупятся ли затраты за счёт доходов.

Разделы бизнес-плана:

- резюме – краткое изложение основных положений бизнес-плана;
- общее описание предприятия – организационно-правовая форма, цели и задачи, местоположение;
- товары и услуги – что будет производить предприятие, уникальные качества продукта, свойства, выделяющие товар из подобных;
- план маркетинга – как будет определена цена продукта, достигнут намеченный объём продаж и пути сбыта;
- план производства – определение себестоимости продукта, расчёт производства в перспективе и объёмы привлекаемых средств;
- организация управления – это описание модели организационной структуры будущего предприятия, его кадровый состав;
- финансовый план отвечает на вопрос, выгодно ли инвестировать средства в данное предприятие, сможет ли соискатель обслуживать кредитные обязательства, вариативна ли финансовая перспектива проекта.

Мотивация – создание заинтересованности персонала в достижении целей фирмы. Мотивация снижает проблему кадровой текучки, привлекает и удерживает высококвалифицированных сотрудников, стимулирует работников качественно выполнять свои функции, повышает производительность труда. Существуют административные, материальные (экономические) и нематериальные (социально-экономические) стимулы к трудовой деятельности.

Административное воздействие оказывает руководитель предприятия, через инструкции и приказы он направляет деятельность сотрудников.

Материальное воздействие на сотрудников оказывается через систему штрафов и поощрений, начисление процента от проведённых финансовых сделок.

Нематериальное воздействие – это набор самых разнообразных методов: благодарности, грамоты, возможность повысить профессиональную квалификацию или получить повышение в должности.

Контроль – это мониторинг за деятельностью предприятия, необходимый для коррекции работы предприятия, предотвращения кризисных ситуаций и достижения экономических целей.

Предварительный контроль производится на этапе планирования путём анализа привлекаемых финансовых, материальных и человеческих ресурсов.

Текущий контроль осуществляется в ходе реализации запланированного путём налаженной обратной связи от сотрудника к менеджеру.

Заключительный контроль происходит по итогам запланированной деятельности путём оценки достигнутого результата.

Менеджмент и маркетинг – важнейшие инфраструктурные элементы современной экономики, посредством которых предприятия достигают главной экономической цели – устойчивого получения прибыли. В совершенстве владея знаниями о принципах менеджмента и маркетинга, выдающиеся управленцы приводят компании к финансовому успеху, а производимые товары и услуги становятся достоянием всего мира. Грамотно составленный бизнес-план и правильно организованная рекламная компания – основные механизмы реализации бизнес-идеи.

Контрольные вопросы

1. Перечислите принципы менеджмента.
2. Что относится к основным элементам маркетинга?
3. Перечислите разделы бизнес-плана.
4. Выберите верный ответ. Как называется процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации:
а) планирование;
б) мотивация;
в) контроль;

г) организация.