

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.»


Профессионально-педагогический колледж



**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ**

по дисциплине
ОП.06 «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга»

специальности
21.02.19 «Землеустройство»

Методические указания рассмотрены
на заседании цикловой методической комиссии
технических специальностей
Председатель ЦМК  Е.Э.Воеводина

Саратов 2024

Пояснительная записка.

Методические указания по выполнению лабораторных работ разработаны в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга», требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 21.02.19 Землеустройство, утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 18.05.2022 г. № 339, соответствующих общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 1.1. Выполнять полевые геодезические работы на производственном участке.

ПК 1.2. Выполнять топографические съемки различных масштабов.

ПК 1.3. Выполнять графические работы по составлению картографических материалов.

ПК 1.4. Выполнять кадастровые съемки и кадастровые работы по формированию земельных участков.

ПК 1.5. Выполнять дешифрирование аэро- и космических снимков для получения информации об объектах недвижимости.

ПК 1.6. Применять аппаратно-программные средства для расчетов и составления топографических, межевых планов.

ПК 2.1. Проводить техническую инвентаризацию объектов недвижимости.

ПК 2.2. Выполнять градостроительную оценку территории поселения.

ПК 2.3. Составлять технический план объектов капитального строительства с применением аппаратно-программных средств.

ПК 2.4. Вносить данные в реестры информационных систем различного назначения.

ПК 3.1. Консультировать по вопросам регистрации прав на объекты недвижимости и предоставления сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости (далее - ЕГРН).

ПК 3.2. Осуществлять документационное сопровождение в сфере кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав на объекты недвижимости.

ПК 3.3. Использовать информационную систему, предназначенную для ведения ЕГРН;

ПК 3.4. Осуществлять сбор, систематизацию и накопление информации, необходимой для определения кадастровой стоимости объектов недвижимости.

ПК 4.1. Проводить проверки и обследования для обеспечения соблюдения требований законодательства Российской Федерации.

ПК 4.2. Проводить количественный и качественный учет земель, принимать участие в их инвентаризации и мониторинге.

ПК 4.3. Осуществлять контроль использования и охраны земельных ресурсов.

ПК 4.4. Разрабатывать природоохранные мероприятия.

Целью освоения учебной дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» является: обеспечение необходимого уровня базовой подготовки студентов в области экономической теории, формирование базового уровня экономической грамотности, необходимого для ориентации и социальной адаптации к происходящим изменениям в жизни российского общества; формирование способности к саморазвитию, самообразованию, самостоятельности в принятии экономических решений.

При выполнении лабораторных работ студент должен **знать**:

- основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- особенности и перспективы развития отрасли;
- отраслевой рынок труда;
- рыночный механизм и особенности рыночных отношений в сфере землеустройства и кадастра;
- пути повышения экономической эффективности производства
- организационные и производственные структуры организаций, их типы;
- маркетинговую деятельность организации;
- основные оборотные средства, трудовые ресурсы, нормирование и оплата труда;
- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- функции менеджмента в рыночной экономике;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;

- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.
- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- систему методов управления;
- сущность и функции маркетинга;

При выполнении лабораторных работ студент должен **уметь:**

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- выполнять анализ хозяйственной деятельности организации;
- намечать мероприятия и предложения по повышению экономической эффективности производства;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- разрабатывать мотивационную политику организации;
- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления.

Содержание лабораторных занятий определено рабочей программой и тематическим планированием, соответствует теоретическому материалу изучаемых разделов учебной дисциплины.

Объем лабораторных занятий по дисциплине определяется учебным планом по данной специальности.

Продолжительность лабораторного занятия – 2 академических часа. Перед проведением лабораторного занятия преподавателем организуется инструктаж, а по его окончании – обсуждение итогов.

Комплект методических указаний по выполнению лабораторных работ дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» содержит 8 лабораторных занятий.

**Перечень лабораторных работ
по дисциплине «Основы экономики организации, менеджмента и
маркетинга»**

Лабораторная работа №1.

Тема: « Организационные и производственные структуры организаций, их типы»

Лабораторная работа №2.

Тема: «Современный менеджмент, история его развития»

Лабораторная работа №3.

Тема:«Система методов управления»

Лабораторная работа №4.

Тема:«Система методов управления»

Лабораторная работа №5.

Тема:«Деловое общение».

Лабораторная работа №6.

Тема:«Деловое общение».

Лабораторная работа №7.

Тема: «Сущность и функции маркетинга»

Лабораторная работа №8.

Тема: «Сущность и функции маркетинга»

ИНСТРУКЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Прежде чем приступить к выполнению заданий, внимательно прочитайте данные рекомендации. Практические работы включают в себя задания следующих видов:

1. Ответ на поставленные вопросы (с аргументацией)

- Прочитайте вопрос и вникните в него.
 - Для удобства подчеркните ту, фразу, которая, по вашему мнению, является главной. Это поможет вам быстрее сориентироваться при ответе на вопрос.
 - Если вы считаете, что можете ответить на вопрос без помощи лекции и дополнительной литературы – приступайте. Если же вопрос заставляет вас сомневаться, откройте лекционную тетрадь (учебник или дополнительную литературу), прочитайте необходимый пункт, вникните в содержание и после этого приступайте за работу.
 - **ГЛАВНОЕ!** Не переписывайте отрывки лекции в рабочую тетрадь!
- Четко отвечайте на ПОСТАВЛЕННЫЙ вопрос!
- Не забудьте привести аргументацию (обоснование) вашей позиции, если вопрос предполагает личностное отношение к проблеме.

2. Заполнение таблиц и схем

- Прочитайте название таблицы или схемы.
- Исходя из названия, вы поймете цель предстоящей работы.
- Воспользуйтесь материалами лекций или другими источниками, чтобы заполнить таблицу (схему).
- Используйте цветные графические материалы для выделения строк, столбцов или элементов схем.
- Особое внимание обращайтесь на четкость при отборе материала: делайте записи кратко и четко!

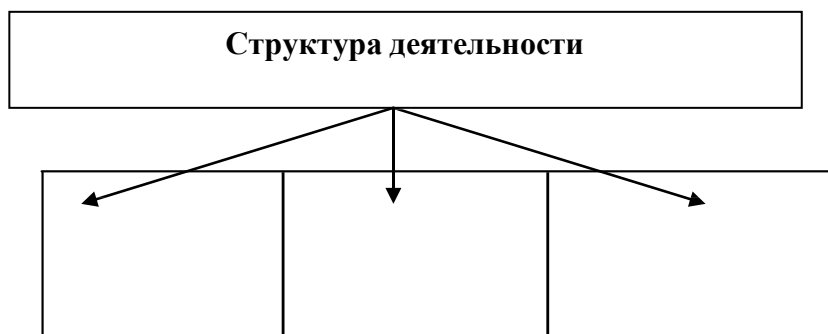
3. Заполните таблицу.

Например, Типология обществ.

Типы обществ	Характерные черты обществ				
	Экономика	Социальная структура	Права личности	Время существования	Примеры
Доиндустриальное					
Индустриальное					
Постиндустриальное					

4. Заполните схему.

Например, деятельность как способ существования общества.



Ответ: субъект, объект, орудие деятельности.

5. Работа с литературой:

- Прежде всего, необходимо ознакомиться с **введением** или **предисловием**, если таковые имеются в книге. В них обычно сообщается о цели написания книги и её предназначении. В предисловии нередко сообщается, какие вопросы в данной книге рассматриваются, а какие нет.

- Оглавление.** Стоит пробежать глазами оглавление, и сразу же станет ясно, подходит ли вам эта книга.

- Рубрики** в главах дают немало дополнительных сведений о содержании книги: они расшифровывают его.

- Абзацы.** В каждом абзаце автор развивает какую – то одну мысль. Просматривая начальные фразы абзацев, можно определить, стоит ли читать данную главу или раздел. Порой издатели разным шрифтом выделяют основные мысли, ключевые слова в тексте, как в данной книге. Поэтому в первую очередь читайте то, что выделено.

- Указатели.** Любая книга научного содержания, как правило, заканчивается указателем. По указателю тоже можно определить, о ком или о чём написана книга, подходит она вам или нет.

Как составлять план

1. Прочитайте текст (представьте мысленно весь материал).
2. Разделите текст на части и выделите в каждой из них главную мысль.
3. Озаглавьте части; подбирая заголовки, замените глаголы именами существительными.
4. Прочитайте текст во второй раз и проверьте, все ли главные мысли отражены в плане.
5. Запишите план.

План должен полностью охватывать все содержание текста

В заголовках (пунктах плана) не должны повторяться сходные формулировки.

Как анализировать текст

1. Прежде чем отвечать на вопросы и выполнять задания, внимательно прочитайте текст.
2. Помните: прямые ответы на многие вопросы или подсказки содержатся в тексте.
3. Соотнесите предложенный текст с изученным курсом определите, с какой содержательной линией связан данный текст.
4. Дайте ответ на вопрос: «О чем данный текст?» — и определите его основную идею.
5. Отвечать на предложенные вопросы старайтесь по порядку, так как они чаще всего предъявляются по принципу «от простого к сложному». Ответ на первый вопрос может послужить основой для выполнения следующего задания.
6. Вопросы к документам читайте вдумчиво, стремясь уяснить задания полностью. Отвечайте точно на поставленный вопрос.
7. Обратите внимание, на что именно предлагается опереться при выполнении задания (это часто оговаривается в условии): текст, личный опыт, материал, изученный в курсе.
8. Старайтесь давать логически связный ответ, содержащий четкие и ясные формулировки. Не останавливайтесь на какой-либо части задания, избегайте неполных ответов. Не прибегайте к излишним обобщениям и интерпретации авторского текста там, где этого не требует задание.
9. Сформулировав ответ, проверьте его правильность. Для этого вернитесь к тексту и найдите в нем ключевые слова и фразы, которые подтверждают ваши выводы.

Лабораторная работа №1.

Тема: « Организационные и производственные структуры организаций, их типы»

Цель: сформировать представление об организационно-правовых формах

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

При организации производственного процесса во времени и в пространстве следует исходить из ряда принципов, правильное использование которых обеспечивает повышение **эффективности** работы **предприятия**, рациональный уровень **расхода** материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Основными принципами организации производственного процесса во времени и в пространстве являются: дифференциация, концентрация и интеграция, специализация, пропорциональность, прямоточность, непрерывность, ритмичность, автоматичность, гибкость.

Принцип дифференциации – это разделение производственного процесса на отдельные технологические процессы, операции, переходы, приемы, движения, при котором **анализ** особенностей каждого элемента разрешает выбрать наилучшие условия его осуществления, а также расходуется минимальное количество суммарных затрат всех видов ресурсов.

Принцип специализации основан на ограничении разнообразия элементов производственного процесса. В частности, выделяются группы рабочих, специализирующихся по профессиям, что способствует повышению их квалификации, а следовательно, повышению производительности труда. При этом следует учитывать, что целесообразная организация производства часто требует овладения рабочими смежными профессиями для обеспечения взаимозаменяемости рабочих в процессе производства.

Принцип пропорциональности – это сравнительно равная пропускная способность всех производственных подразделений, выполняющих основные, вспомогательные и обслуживающие процессы, нарушение которых приводит к образованию «узких мест» в производстве или же к неполной загрузке рабочих мест, участков, цехов, что отрицательно сказывается на эффективности работы предприятия.

Принцип прямоточности – это принцип, при соблюдении которого обеспечиваются кратчайшие пути движения деталей или сборочных единиц в процессе производства и не должно происходить возвратных движений объектов производства на участке, в цеху, на предприятии.

Принцип непрерывности – это сокращение до минимума перерывов в процессах производства, которые могут возникать либо по технологическим, либо по организационным причинам.

Технологические перерывы вызваны несинхронностью операций, например с необходимостью очистки оборудования.

Принцип ритмичности заключается в выпуске равных или равномерно возрастающих в соответствии с планом производства объемов продукции предприятием, цехом, участком или отдельным рабочим местом, необходим для

обеспечения максимального использования производственных мощностей предприятия и каждого его подразделения.

Принцип автоматичности – это один из решающих компонентов в деле повышения эффективности производства, его интенсификации.

Принцип гибкости – это возможность быстро и легко переходить с выпуска одной продукции на выпуск другой, в том числе новой продукции, который обеспечивает сокращение времени и затрат на переналадку оборудования при выпуске деталей и изделий широкой номенклатуры.

Гибкость производства, быстрый переход на выпуск новой продукции при наименьших потерях ресурсов осуществляется на основе электронизации производственных процессов, которая предполагает использование быстродействующих ЭВМ, которые способствуют поддержанию необходимого ритма и равномерности хода производственного процесса.

Практическая часть

Задание 1. Составить и решить по формуле аналогичную задачу.

Примерные задания для практической работы

1. Рассчитать эффективность и ресурсоемкость производства на двух предприятиях выпускающих одинаковый товар. На первой фабрике за год выпущено изделий на 150 млн. руб., а затрачено ресурсов на 100 млн. руб. На второй создано продукции на 400 млн., а затрачено ресурсов на 200 млн. Сделайте вывод.

Решение:

$$\mathcal{E} = \frac{O}{\Phi}, \text{ где}$$

\mathcal{E} – эффективность производства,

O - объем созданных благ,

Φ – объем затраченных факторов производства.

$$\mathcal{E}_1 = 150 : 100 = 1,5 \text{ руб./руб.}$$

$$\mathcal{E}_2 = 400 : 200 = 2 \text{ руб./руб.}$$

Вывод: эффективность второго предприятия выше.

Задание 2. Определить, какие блага относятся к естественным, а какие к экономическим продуктам: грибы, уголь и руда в шахтах и рудниках; бананы, руда на металлургическом заводе, капуста.

Естественные блага	Экономические блага
Те, которые появляются без участия человека: бананы, грибы, уголь и руда в шахте	Те, которые создает человек: бананы, грибы, руда на металлургическом заводе, капуста.

Обратите внимание, что бананы и грибы записаны в оба столбика, т.к. они могут произрастать без участия человека, а могут быть культивированы.

Установить, какие блага являются средствами производства, а какие предметами потребления: соль, коньки, грузовая автомашина, персональный компьютер, сахар-песок.

Средства производства	Предметы потребления
Те, которые необходимы для создания других благ: соль, сахар-	Те, которые идут непосредственно в употребление: соль, сахар-песок,

песок, грузовая машина, персональный компьютер	персональный компьютер, коньки
---	--------------------------------

Некоторые блага являются благами двойного назначения и должны быть отмечены в двух колонках.

Задание 3. Ответить на вопросы теста.

Вариант 1

1 Система хозяйствования и общественного производства.....

- а) история
- б) экономика
- в) философия
- г) обществознание

2. Стоимость на рынке, выраженная в денежной форме:

- а) обмен
- б) товар
- в) бартер
- г) цена

3. Двигатель торговли:

- а) стоимость
- б) спрос
- в) доступность
- г) реклама

4. Блага, предоставляемые не в виде вещей, а форме деятельности:

- а) услуга
- б) реклама
- в) товар
- г) ремесло

5. Кто рискует ради получения прибыли:

- а) предприниматель
- б) покупатель
- в) акционер
- г) рантье

6. Количество продуктов произведенных за единицу времени:

- а) товарное хозяйство
- б) качество труда
- в) производительность труда
- г) технология

7. Что является основными вопросами экономики:

- а) Что? Как? Когда?
- б) Кем? Почему? Что?
- в) Что? Сколько? Какого качества?
- г) Кто? Что? Чем?

8. Экономика – это наука, изучающая:

- а) как строятся дороги
- б) как люди производят нужные им блага
- в) как проектируют высотные здания
- г) все выше перечисленное

9. Главная проблема всех экономических систем:

- а) рост населения
- б) ограниченность ресурсов
- в) загрязнение окружающей среды
- г) плохие дороги

10. Данные о продукции относятся к такому фактору производства, как:

- а) капитал
- б) труд
- в) земля
- г) информация

Ответы к тесту: 1-б, 2-г, 3-г, 4-а, 5-а, 6-в, 7-а, 8-б, 9-б, 10-г.

Вариант 2

1.....- хозяйственный строй общества

- 1) производство;
- 2) экономика;
- 3) общество;
- 4) организация.

2. ... — это единый комплекс взаимосвязанных отраслей (видов экономической деятельности), сформированных в результате общественного разделения труда, научно-технического развития, международного сотрудничества, специфичных в пределах той или иной страны.

- 1) национальная экономика
- 2) региональная экономика
- 3) макроэкономика
- 4) микроэкономика

3. Подразделение национальной экономики на ... осуществляется с точки зрения участия их в формировании валового внутреннего продукта (ВВП) и национального дохода (НД).

- 1) части
- 2) элементы
- 3) сферы
- 4) факторы

4. К непроизводственной сфере относятся:

- 1) жилищно-коммунальное хозяйство,
- 2) пассажирский транспорт,
- 3) связь (обслуживающая организации непроизводственной сферы и население),
- 4) оборудование
- 5) государство

5. ... – самостоятельный хозяйствующий субъект с правом юридического лица, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

- 1) предприятие
- 2) государство
- 3) холдинг
- 4) фабрика

6. Фирма и предприятие – это одно и то же.

- 1) верно
- 2) неверно

7. Сколько людей занято на малом предприятии:

- 1) до 40
- 2) до 50
- 3) до 70

8. ... – это величина, определяемая вычитанием из суммы активов организации, принимаемых к расчету, суммы ее обязательств, принимаемых к расчету.

- 1) чистые активы
- 2) баланс
- 3) оборотный капитал
- 4) основной капитал

9. ... – это механизм управления прибылью предприятия, основанный на оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат.

- 1) производственный левверидж
- 2) маржинальный запас прочности
- 3) точка безубыточности
- 4) производственный рычаг

10. ... – это центральное звено управления, процесс разработки планов, программ и проектов на основе использования экономических законов и передового опыта.

- 1) прогнозирование
- 2) планирование
- 3) анализ
- 4) стратегия

Ответы к тесту: 1-2, 2-1, 3-3, 4-1,2,3; 5-1, 6-2,7-2,8-1, 9-1, 10-2.

Лабораторная работа №2.

Тема: Тема: «Современный менеджмент, история его развития»

Цель: раскрыть сущность современного менеджмента

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

Понятие и содержание современного менеджмента

1. Сущность, цели и задачи управления

Управление – это процесс воздействия, направленный на достижение определенных целей. **Выделяют следующие виды управления:**

техническое - управление технологическими процессами и оборудованием;

государственное - управление жизнью общества через органы власти;

идеологическое (негосударственное, неполитическое) – управление социальными процессами, внедрение идеологий;

хозяйственное – управление производственной и экономической деятельностью организаций.

В управлении выделяют **субъект управления** (тот, кто осуществляет управление – отдельный человек или группа людей) и **объект управления** (те, кем управляют – объединения, организации, трудовая деятельность).

Субъектами коммерческой деятельности могут являться юридические и физические лица, которые наделены правом ее осуществления. Что касается **объектов** коммерческой деятельности, то ими являются конкурентоспособные товары и услуги, востребованные на потребительском рынке.

Менеджмент – это процесс управления организацией.

При определении понятия «менеджмент» выделяют следующие составляющие:

Наука

(область человеческого знания)

Искусство

(практика выполнения работы по управлению и руководству)

Процесс

(способ управления, руководства)

Функция

(совокупность разнообразных видов деятельности)

Управленческий персонал

(люди, контролирующие и направляющие работу организации)

Аппарат управления

(орган, обеспечивающий механизм управления)

Менеджмент = искусство + опыт + обучение

Практическая часть

Задание 1. Ответить на вопросы. Выделите и дайте развёрнутый ответ, основные различия между понятиями «управление» и «менеджмент».

1. Что такое менеджмент?
2. В чем состоит сущность управления?
3. Какие подсистемы можно выделить в системе менеджмента?
4. Что такое субъект управления?
5. Почему в менеджменте сочетаются наука и искусство?
6. Что такое принципы управления?
7. В чем состоит сущность системного подхода к управлению?
8. Перечислите подходы к управлению и поясните их.
9. Что такое методы управления?
10. На чем основываются административные методы управления?
11. На чем основываются экономические методы управления?

Задание 2. Раскройте особенности управленческого труда и заполните таблицу.

Цель управленческого труда	
Объект управленческого труда	

Предмет управленческого труда	
Средства труда	
Характеристика управленческого труда	
Результат управленческого труда	

Задание 3. Разбор ситуаций.

Ситуация 1

Вашему вниманию предлагаются два наиболее распространенных взгляда на менеджмент:

1. Менеджмент, как и любая наука, может быть механически заучен (как таблица умножения) и применен на практике в любой ситуации.
2. Менеджмент — это сложное социально-экономическое и технически-информационное явление, т.к. ситуации не стандартны. Важна не сама теория менеджмента, а искусство ее применения на практике.

Ответьте на вопросы:

1. Какую позицию вы считаете правильной?
2. В каком соотношении в своей работе современный менеджер должен руководствоваться наукой управления, либо опираться на искусство управления?

Лабораторная работа №3.

Тема: «Система методов управления»

Цель: освоить методы управления

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Практическая часть

Задание 1. Сделать разбор ситуации

Ситуация

Вашему вниманию предлагается диалог двух инженерно-технических работников:

- Я считаю, что управление — это сфера деятельности, в которой может работать «узкий специалист» любой технической отрасли.
- Нет, управление — это профессиональная сфера деятельности, в которой должен и может успешно работать только специалист в области управления, т.е. менеджер.

Ответьте на вопросы:

1. Какой точке зрения вы отдаете предпочтение? От вас зависит выбор руководителя, есть два варианта: назначить на вакантное место знающего специалиста без управленческих навыков (инженерный подход) или профессионального менеджера, не обладающего в полной мере специальными знаниями (управленческий подход)?
2. Постарайтесь условно оценить, в какой степени менеджер должен быть специалистом, управленцем, экономистом, юристом, психологом и т.д. Заполните

таблицу указав степень значимости от 1 до 7 в соответствии с уровнями управления в организации.

Таблица к ситуации 2

	Высший уровень	Средний уровень	Низший уровень
Управленец			
Экономист			
Специалист (инженер)			
Юрист			
Социолог			
Психолог			
Педагог			

Задание 2 . Сделать схему по теме, выделив главные составляющие менеджмента: субъект, объект, виды управления, цели менеджмента, задачи менеджмента, методы и способы управления.

Лабораторная работа №4.

Тема: «Система методов управления»

Цель: освоить методы управления

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

Менеджмент – это вид профессиональной деятельности, направленной на достижение организацией определенных целей путем рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Цели менеджмента:

- получение (увеличение) прибыли;
- повышение эффективности хозяйствования;
- удовлетворение потребностей рынка;
- координация деятельности персонала;
- решение социальных вопросов.

Задачи менеджмента:

- определение целей создания, функционирования и развития организации;
- разработка стратегии развития;

- выявление приоритетных целей и их очередность, разработка планов работы;
- определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения;
- создание эффективной структуры;
- мотивация и стимулирование персонала;
- совершенствование производственного процесса;
- снижение затрат
- постоянный контроль за эффективностью работы;
- текущее регулирование процесса;
- управленческий анализ результатов деятельности.

Менеджер – наемный управляющий, занимающий в организации постоянную должность и наделенный правом принимать решения в определенных сферах деятельности организации.

Менеджеры бывают разных уровней в зависимости от сложности решаемых ими задач и возлагаемых на них функций. Менеджеров подразделяют на три группы:

1. руководители высшего звена – определяют основное направление деятельности организации, ее цели и задачи (генеральный директор, директора компании);
2. руководители среднего звена – отвечают за практическую реализацию решений, согласовывают усилия различных подразделений организации (начальник цеха, отдела);
3. руководители низшего звена – руководство деятельностью непосредственных исполнителей – рабочих и служащих (мастер, начальник участка, группы).

Практическая часть

Задание 1. Вопросы для обсуждения:

1. Дайте характеристику основных понятий управления.
2. Определите цели, задачи и предмет учебной дисциплины.
3. Обозначьте место менеджмента в системе социально-экономических категорий.
4. Определите цели и задачи управления.
5. Выявите особенности менеджмента в социальной сфере.
6. Охарактеризуйте основные виды менеджмента.
7. Назовите условия и предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства.
8. Охарактеризуйте основные этапы формирования менеджмента.
9. Охарактеризуйте возникновение тейлоризма и его сущность.
10. Определите роль Ф.Тейлора в развитии научной организации управления.
11. Дайте характеристику основным положениям системы Тейлора.
12. Обозначьте вклад Г.Форда, Г. Эмерсона в развитие теории и практики менеджмента.
13. Обозначьте вклад административной школы менеджмента.
14. Охарактеризуйте сущность и принципы «теории администрации».
15. Опишите вклад А. Файоля в развитие классической школы менеджмента.
16. Охарактеризуйте процесс возникновения «неоклассической» школы.

17. Охарактеризуйте процесс возникновения школы «человеческих отношений».
18. Обозначьте вклад Э. Мейо и М. Фоллетт в развитие менеджмента
19. Охарактеризуйте ситуационный, процессный и системный подход, их сущность и основные отличия.
20. Обозначьте особенности современного менеджмента, его сущность и перспективы развития.
21. Расскажите о национальных особенностях менеджмента.
 22. Сделайте сравнительный анализ японского и американского менеджмента.
 23. Охарактеризуйте управленческие идеи в России.

Задание 2. Разработайте собственный регламент работы на какой-либо период (неделю, месяц, год). Оцените эффективность работы любого руководителя (или сделайте оценку своей эффективности как руководителя) по тесту. Прочитайте внимательно ниже следующие вопросы, внесенные в таблицу и дайте на них однозначные ответы «да» или «нет».

Анкета по оценке эффективности работы руководителя

№	Вопросы	Ответы	
		Да	Нет
1	Стремитесь ли Вы все время работать в сотрудничестве с другими людьми?		
2	Помните ли Вы имена людей, с которыми встречаетесь?		
3	Выражаете ли Вы свою благодарность подчинённому (коллеге) за каждую хорошо выполненную работу?		
4	Благодарите ли Вы работника в присутствии его коллег по работе?		
5	Критикуете ли Вы своих подчинённых наедине?		
6	Стремитесь ли Вы найти в людях хорошее?		
7	Готовы ли Вы к тому, чтобы отметить хорошую работу своей группы в докладе вышестоящему руководителю?		
8	Принимаются ли Ваши указания с удовольствием?		
9	Даёте ли Вы пояснение причин, заставивших принять то или иное решение?		
10	Оставляете ли Вы время для проведения планирования себе и подчинённым Вам работникам?		
11	Поощряете ли Вы других вносить предложения, проявлять инициативу и критиковать?		
12	Проявляют ли другие доверие к Вашим инициативам?		
13	Знаете ли Вы, как можно эффективно использовать возможности подчинённого Вам персонала?		

14	Есть ли у Вас желание узнать, чем интересуются Ваши подчинённые?		
15	Умеете ли Вы быть внимательным слушателем?		
16	Готовы ли Вы изменить свою работу с целью повышения её эффективности?		
17	Советуетесь ли Вы с подчинёнными перед тем, как принять решение, касающееся их?		
18	Пытаетесь ли Вы создать хорошую рабочую группу, в частности путём рассказа о предстоящих планах и о том, как мыслится их выполнение?		
19	Есть ли у Вас план самосовершенствования, по крайней мере, на один год вперед?		
20	Существует ли годичный план повышения квалификации персонала, и если таковой имеется, то соответствует ли он требованиям времени?		
21	Умеете ли Вы ясно и доходчиво излагать свои мысли?		
22	Разрешаете ли Вы себе и другим (на Вашем участке) делать ошибки?		
23	Являетесь ли Вы честным по отношению к себе?		
24	Есть ли у Вас желание уволить плохого работника?		
25	Следите ли Вы регулярно за состоянием своего здоровья?		
26	Берёте ли Вы с удовольствием за работу, которая по сравнению с нынешней значительно сложнее?		
27	Много ли у Вас уходит времени на принятие трудных решений?		
28	Знаете ли Вы, как проводить беседу с подчинёнными по вопросам повышения эффективности работы?		
29	Знаете ли Вы, на какие вопросы следует обращать внимание при подборе новых работников?		
30	Занимаетесь ли Вы с удовольствием проблемами, вопросами и жалобами своих подчинённых?		
31	Стремитесь ли Вы сознательно сохранять определённую дистанцию по отношению к подчинённым?		
32	После того как решение принято, способны ли Вы не сокрушаться по поводу его содержания?		

Задание.

Определить на основе этих вопросов и ответов на них положительные и отрицательные стороны в поведении руководителя и написать выводы. Проанализировать сильные и слабые стороны поведения руководителя (моего поведения как руководителя).

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Проанализируйте следующие вопросы, имеющие непосредственное отношение к эффективной работе руководителя:

1. Как должен быть организован труд, чтобы руководитель мог работать эффективно?
2. Чего ждут от эффективного руководителя подчинённые, т.е. какого руководителя персонал считает эффективным?
3. На основании чего следует оценивать работу руководителя, его эффективность?

Лабораторная работа №5.

Тема: «Деловое общение».

Цель: освоить принципы делового общения

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

Деловое общение – это искусство, позволяющее войти в контакт с партнерами по бизнесу, преодолеть личные предубеждения, неприятие того или иного контрагента, достичь желаемого коммерческого результата. Под деловым общением понимается любое общение, способствующее решению коммерческих задач.

К принципам делового общения относятся:

- признание равенства и неповторимости каждого из партнеров,
- априорное признание существования того или иного "зерна истины" в каждой точке зрения;
- взаимное обогащение участников общения.

Правила проведения деловых совещаний. Специально остановимся на правилах проведения деловых совещаний. Деловое совещание – это обсуждение вопросов организации производства, управления фирмой, маркетинговой деятельности, проводимое первым лицом или заменяющим его специалистом. К обязательным требованиям, позволяющим сделать деловые совещания действенным инструментом создания команды единомышленников, относятся:

- регулярность проведения;
- сочетание обсуждения стратегических и оперативных вопросов;
- урегулирование на совещаниях вопросов корпоративных отношений (к таким вопросам можно отнести изменение приоритетов внутрифирменных отношений, уточнение функций и полномочий исполнителей, выработка новых идей, оценка результатов предыдущих программ)

Руководителю следует помнить, что совещание оказывает огромное влияние на его имидж и стиль деловых отношений.

Пиарменам, руководителям и специалистам, готовящим совещание, необходимо руководствоваться общими принципами организации такого рода мероприятий (конференций, приемов, встреч):

- в организационной деятельности нет мелочей;
- техническая сторона организации (рабочие места участников, материалы, техническое обеспечение) должны быть безупречными;
- должен быть подготовлен ведущий (предусмотрена замена, помощники

ведущего и другой вспомогательный персонал).

Особенность подготовки внутреннего совещания – общение коллег по общим для всего коллектива проблемам – это часть корпоративной культуры, поэтому, перед началом подготовки даже короткой оперативки (если это не регулярная планерка) стоит ответить на вопросы:

- нужно ли проводить данное совещание;
- кто входит в круг лиц, без которых данное мероприятие будет невозможным;
- какие вопросы внести в повестку дня;
- нужен ли доклад руководителя, и с какими подразделениями или отдельными специалистами нужно проконсультироваться при его подготовке.

Несколько почти очевидных рекомендаций, нарушение которых встречается почти всегда:

- совещание лучше проводить не в кабинете руководителя (лучше всего, за круглым столом, чтобы подчеркнуть равенство участников);
- ведущим может быть специально подготовленный спикер, а не руководитель;
- руководитель должен переключить на секретаря все телефоны, не общаться с лицами, не участвующими в совещании;
- совещание лучше проводить в дискуссионном ключе, но если проблема неординарна, возможно применение "мозгового штурма";
- нельзя допускать превращения интересного выступления в "литье воды";
- неизбежные дискуссии не должны превращаться в столкновение принципов или амбиций и, тем паче, переходить "на личности", при этом, следует уважать право на несогласие и меньшинства, и отдельного человека (кроме весьма небольшого числа случаев, в которых выполнение однозначного решения руководителя действительно необходимо).

Ведение переговоров – одна из главных игр в жизни и бизнесе. Они определяют характер ваших отношений с людьми. Владея искусством ведения переговоров, вы сможете значительно улучшить результаты своего общения с другими людьми.

Практическая часть

Задание 1. Внимательно прочтите представленные ниже утверждения. Отметьте неверные утверждения и перефразируйте их так, чтобы получились правильные. Ответы должны сопровождаться примерами.

1. Умение слушать необходимо менеджеру.
2. Целью коммуникаций является передача информации.
3. Получателем информации может быть только индивид (подчиненный, руководитель).
4. Декодирование — процесс восприятия.
5. Социальные барьеры мешают профессиональному росту.
6. Взгляд несет очень большую информацию о человеке.
7. Предмет мысли в пределах одного рассуждения должен оставаться неизменным.
8. В деловом общении следует избегать книжных слов.
9. Если изменить свое поведение, то изменится ситуация и реакция партнера.
10. Регулярные опоздания руководителя говорят о его уверенности и авторитете.

11. Не надевают в деловой обстановке босоножки.
12. Не следует ожидать, что рабочие будут сообщать о своих ошибках руководству.
13. Без нарушения трудовой дисциплины жить невозможно.
14. Как правило, людям не удастся контролировать невербальные средства общения, к которым они прибегают.
15. Причиной недопонимания может быть самовлюбленность работника.
16. Бизнес и этика — понятия несовместимые.
17. Недостаток одних качеств сознательно или бессознательно компенсируется другими.
18. Руководителям свойственно недооценивать подчиненных.
19. Успех коммуникации может зависеть от канала передачи информации.
20. Искажение смысла информации является результатом громоздкой организационной структуры.

Задание 2. «Эффективные коммуникации»

Перед вами ситуации, взятые из реальной жизни. Прочтите каждую ситуацию и решите, какой из вариантов лучше всего раскрывает скрытый смысл высказываний. Правильно выбранный вариант даст возможность продолжить искренний разговор с собеседником и наладить эффективную коммуникацию.

Варианты разрешения ситуаций

1. Молодой рабочий уже месяц работает в бригаде. В беседе с начальником цеха сказал: «Я не могу сказать, почему, но я не чувствую себя полноправным членом бригады. Все там приятные люди, однако, они как-то замкнулись в тесный кружок, я чувствую себя чужим среди них. Может быть, это все надумано мною? Не знаю».

- а) Почему бы вам не сделать ребятам что-либо приятное?
- б) Вам кажется, что группа вас не принимает?
- в) Кажется, что вы чем-то не нравитесь членам бригады?
- г) Вы думаете, что они должны считать вас своим?

2. Бухгалтер сказал своему начальнику: «Я уже давно работаю на этой должности и не помню случая, чтобы меня заставляли переделывать мой отчет. Вы первый, кто это сделал. Возможно, в отчете есть какие-то неточности, никто от них не застрахован. Но переделывать все!..»

- а) Вы считаете, что несправедливо заставлять вас устранять ваши же ошибки?
- б) Надеюсь, вы проверили отчет перед тем, как показать его мне?
- в) Вам кажется, что вас обвиняют за мелкие неточности?
- г) Вы считаете, что я слишком придираюсь?

3. Рабочий говорит бригадиру: «Я не хочу работать вместе с Петуховым. Он лодырь, слишком много думает о себе, а сам жалуется, что ему не помогают. Мне надоело делать за него его же работу».

- а) Вы считаете, что Петухова надо подтянуть?
- б) Петухов не хочет работать с вами, не так ли?
- в) Вы считаете, что Петухов вносит разлад?
- г) Вы думаете, что Петухову лучше уйти?

4. Молодого рабочего, допустившего брак, вызвали для объяснения. Войдя к руководству, он сказал: «Не пойму, зачем вы вызвали меня. Я ни на что не жалуюсь, кроме того, меня оторвали от работы. Прошу вас, не задерживайте меня, работа стоит».

- а) Вы считаете, что помощи вам не нужно?
- б) Вы не верите, что вам могут помочь?
- в) Вы думаете, что вам будут читать нотацию?
- г) Не делайте поспешных выводов.

5. Когда начальник делал замечание своему секретарю, уже немолодой женщине, та сказала: «Итак, я поняла, что отработала свое. Я старею, и мне надо уступить дорогу молодым».

- а) Напрасно так считаете.
- б) Вы думаете, что я хочу, чтобы вы ушли?
- в) Вы считаете, что здесь нужен более подготовленный человек?
- г) Вы думаете, что к вам придираются?

Лабораторная работа №6.

Тема: «Деловое общение».

Цель: освоить принципы делового общения

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

Правила ведения переговоров:

1. Четко представляйте себе, чего вы хотите добиться.
2. Тщательно подготовьтесь, чтобы быть готовыми обсуждать любую деталь и ответить на любой вопрос или комментарий.
3. Будьте настойчивым. Не ожидайте, что сможете победить с первой попытки. Ваша первоначальная задача – всего лишь заставить другого человека думать.
4. Подружитесь с человеком, с которым предстоят переговоры. Представьте Ваше предложение в виде выгод, преимуществ для Вашего оппонента.
5. Никогда не теряйте чувства юмора.

Организация переговоров:

1. Планирование.
2. Установление контакта.
3. Определение "правил игры".
4. Оценка партнера.
5. Развитие сценария.
6. Ведение торга. Уступки.
7. Завершение переговоров.

Основные правила выступления на трибуне:

1. Подготовка речи
2. Как известно, все хорошие импровизации тщательно готовятся заранее.

3. Место выступления

4. Перед выступлением очень важно изучить помещение, чтобы установить, с какой стороны будут смотреть на вас слушатели.

5. Одежда

6. Ваша мимика и жесты дают человеку куда больше впечатлений, чем все, что вы произносите.

Правила общения по телефону

Правило №1

Заранее продумайте Ваш разговор, буквально до фраз. Запишите вопросы, на которые надо получить ответ и основной текст Вашего сообщения.

Правило №2

Держите все необходимые документы под рукой: прайсы, карточку клиента с полной базой данных по всему периоду работы, с разделом "*Информация* личного значения".

Правило №3

Всегда подводите краткий итог вашего разговора.

Порядок работы менеджера с документами

При подготовке документа следует четко и кратко излагать свои мысли, так как обилие слов мешает быстрому восприятию документа.

Совершенствование работы с документами заключается в автоматизированной обработке информации с использованием различных видов программного обеспечения. Для этого на современных предприятиях создается *локальная сеть*, позволяющая менеджерам всех уровней управления обращаться к документации организации, выводить ее на экран, проводить обработку документов, сводок, таблиц, обмениваться документами и сообщениями как с сотрудниками, так и с партнерами по бизнесу.

Обмен электронными документами осуществляется с помощью электронной почты, которая позволяет отправлять документы, получать подтверждения их доставки адресатам, редактировать, распечатывать и хранить документы.

Практическая часть

Задание 1. На стене самого известного древнегреческого храма высечена надпись «Познай самого себя». Напишите, какую ценность этот совет имеет для каждого человека.

Объясните, как вы понимаете следующие выражения:

- находить общий язык;
- дать волю языку;
- говорить на разных языках;
- эзопов язык.

Задание 2. Подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу. Приведите по 3 примера к каждому.

Термин	Определение
1. Деловой этикет -	совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях
2. Светский этикет -	искусство красноречия
3. Деловая этика -	фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами
4. Речевая этика -	знания приличий, умение держать себя в обществе
5. Этикетная формула -	совокупность норм поведения предпринимателя
6. Риторика -	установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов

Задание 3. Разобрать ситуацию.

У владельца частного предприятия работает 200 человек. Дела у фирмы идут хорошо. Для лучшего объединения коллектива, руководитель решает провести праздник за городом. Выезд назначен на пятницу. В программу праздника входит награждение лучших сотрудников, вручение подарков, обед, развлечение.

Часть подчиненных отпросилась у руководителя, мотивируя это разными причинами. В последствии выяснилось, что они этот день (пятницу) провели на своих дачах. В фирме это вызвало брожения, хотя сам праздник удался. Осенью руководитель хотел бы провести еще одно подобное мероприятие.

Как необходимо провести деловое собрание, чтобы сотрудники не игнорировали подобное мероприятие? Как лучше руководителю внедрить корпоративную культуру в свою фирму?

Лабораторная работа №7.

Тема: «Сущность и функции маркетинга»

Цель: освоить сущность и функции маркетинга

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

Цели маркетинга должны совпадать с целями предприятия, поднимать его престиж и усиливать позиции на рынке. Цели могут быть долгосрочные и краткосрочные, количественные и качественные. Главной целью маркетинга является достижение высокой удовлетворенности потребителей.

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей человека, предприятия посредством обмена.

Конъюнктура рынка – соотношение спроса и предложения на рынке при определенном уровне цен.

Маркетинг рассматривается субъектом рыночных отношений в качестве основного средства воздействия на других его субъектов (контрагентов и конкурентов) с целью удовлетворения его собственных нужд, потребностей и интересов. На всех современных рынках маркетинг выступает в виде средства решения определенных задач организации – получения прибыли, роста объема продаж, увеличения доли рынка и т.п.

Концепция маркетинга – это ориентированная на потребителя интегрированная целевая философия предприятия, фирмы, организации, предпринимателя.

Существуют следующие концепции:

- концепция совершенствования производства;
- концепция совершенствования товара;
- концепция интенсификации коммерческих усилий в сфере сбыта и стимулирования;
- концепция маркетинга;
- концепция социально-ответственного (социально-этичного маркетинга).

Во всех областях предпринимательской деятельности в течение десятилетий используется «4Пи», т.е. четыре элемента комплекса маркетинга.

Комплекс маркетинга – набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка.

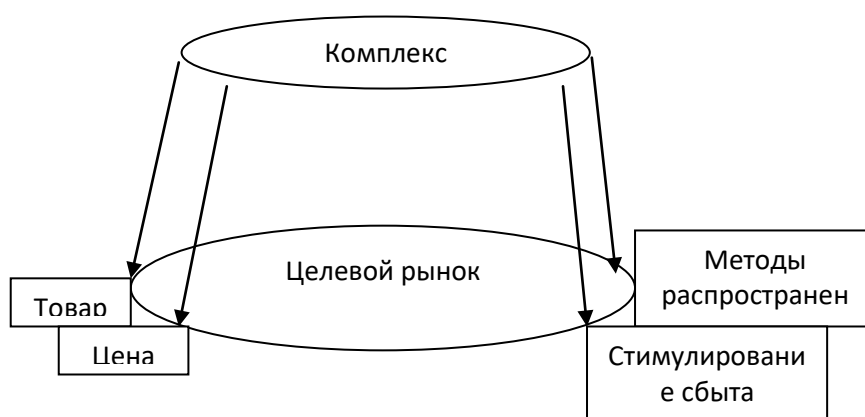


Схема 1. Комплекс маркетинга

Практическая часть

Задание 1. Вставьте в определение пропущенные слова:

Маркетинг – вид _____ а) _____ б) _____ направленный на _____ в) _____ г) _____ д) _____ обмена.

1. На какие вопросы предприниматель может получить ответы с помощью маркетинга?

2. Справедливо ли утверждение: цели предприятия являются отражением целей маркетинга?

- а) да;
- б) нет.

3. Какой рынок требует активного применения маркетинга:

- а) рынок продавца;
- б) рынок покупателя.

4. Что является главным в целях маркетинга:

- а) сбыт товара;
- б) снижение издержек производства;
- в) удовлетворение потребностей потребителя;
- г) повышение качества жизни.

Задание 2. Выберите соответствующие концепциям следующие утверждения:

1. Когда спрос превышает предложение, руководство изыскивает способы экстенсификации (количественного роста объемов) производства.

1. Потребитель будет благожелателен к товарам повышенного качества, с лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками.

2. Потребители не будут впредь покупать товары фирмы, если она не предпримет значительных усилий в сфере стимулирования сбыта.

3. Действовать по модели: за конечную цель использования маркетинга принимать получение прибыли путем обеспечения удовлетворенности потребителей; за основной объект внимания – нужды потребителей; за средства достижения цели – комплексные усилия маркетинга.

4. Обеспечение сбалансированности всех трех факторов – прибылей фирмы, покупательских потребностей и интересов общества – создает предпосылки значительного роста продаж и доходов в современных условиях.

2. Найдите соответствие:

1.Классический комплекс маркетинга.

а)совершенствование коммерческих усилий;

б) стимулирование сбыта;

2. Концепции маркетинга.

в) товар;

г) цена;

д) методы распространения;

е) совершенствование товара.

3.Сформулируйте четыре цели маркетинга, дополнив их недостающими словами:

а) достижение максимально _____;

б) достижение максимальной _____;

в) предоставление максимально _____;

г) максимальное повышение _____;

4.Взаимосвязанные и взаимодополняющие условия и меры в системе маркетинга, позволяющие обеспечить управление процессами товарного обмена называются:

а) комплексом маркетинга;

б) объектами маркетинга;

в) функциями маркетинга;

5.Перечислите пять основных концепций развития рыночных отношений.

6. Сформулируйте два принципа маркетинга, закончив предложения:

1) максимальное приспособление производства и сбыта продукции к требованиям _____ а) _____;

2) активное воздействие на _____ б) _____.

Лабораторная работа №8.

Тема: «Сущность и функции маркетинга»

Цель: освоить сущность и функции маркетинга

Оборудование: инструкционно - технологическая карта.

Содержание работы

Теоретическая часть

Основные функции маркетинга:

- комплексное исследование рынка;
- анализ производственно-сбытовых возможностей предприятия;
- разработка маркетинговой стратегии и программы;
- осуществление товарной политики;
- осуществление ценовой политики;
- осуществление сбытовой политики;
- коммуникационная политика (ФОССТИС – формирование спроса и стимулирование сбыта);
- организация маркетинговой деятельности (создание маркетинговых служб);
- контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.

Цели маркетинга:

- достижение максимально возможного потребления;
- достижение максимальной потребительской удовлетворенности;
- предоставление максимально широкого выбора;
- максимальное повышение качества жизни.

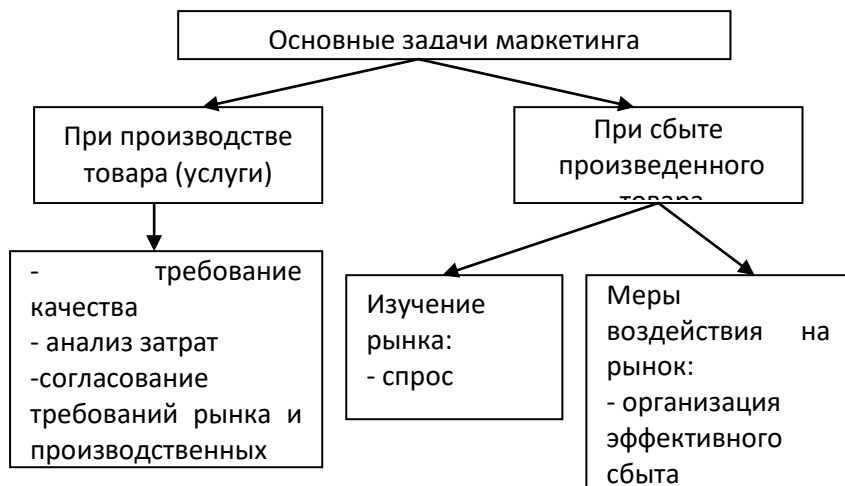


Схема 2. Основные задачи маркетинга

Принцип – правило деятельности организации в какой-либо сфере или поведение

личности.

К основным принципам маркетинга относят:

- максимальное приспособление производства продукции и всей производственно-сбытовой деятельности производителя к требованиям рынка;
- учет потребностей потребителя, условий предпринимательской деятельности, состояния и динамики спроса;
- активное воздействие на спрос различными методами;
- ориентация на обеспечение долгосрочного коммерческого успеха.

Практическая часть

Задание 1. Представлен ряд функциональных областей и стратегических ориентации. Укажите принадлежность ориентации какой-либо из представленных областей.

Области:

1. Учет.
2. Маркетинг.
3. Финансы.
4. Производство.
5. Снабжение.

Стратегические ориентации:

1. Привлечение и сохранение лояльной группы потребителей посредством уникального сочетания товара, сбыта, продвижения, цены.
2. Стандартизация отчетности, тщательная детализация издержек, стандартизация сделок.
3. Приобретение материалов большими однородными партиями по низким ценам и поддержание запасов.
4. Полное использование производственных возможностей, снижение издержек, контроль качества.
5. Функционирование в пределах бюджета, упор на прибыль.

Задание 2. Смоделируйте программу маркетинга.

Ответьте на вопросы:

1. Всегда ли нужно располагать рынки, на которых мы оперируем, по рангам коммерческой эффективности экспорта?
2. Надо ли учитывать результаты средне- и долгосрочных прогнозов?
3. Что влияет на спрос на товары, которые мы производим?
4. Влияют ли на спрос на товары конкретной фирмы, принадлежащие к той же товарной группе, какие-либо иные, особенные факторы?
5. На какой стадии жизненного цикла находятся разные составляющие нашего ассортимента?
6. Каков объем возвращаемых покупателями товаров?
7. В чем причина возврата?
8. Как сделать «зеркальное отображение нового товара»?
9. Каковы основные характеристики покупателей нашего товара?
10. Кто наши потенциальные покупатели?
11. В полной ли мере используются способности сотрудников?
12. Удобно ли им работать?

13. Кто является основными конкурентами нашего предприятия?
14. Каковы у конкурентов: цены; ценовая политика; качество товаров; упаковка?
15. Каковы цели маркетинга на вашей фирме?
16. Какова организация маркетинга?

Задание 3. Тест на эффективность представления клиентуре товара или услуг Вашей фирмы

Ответьте на следующие вопросы:

1. Продумываете ли Вы заранее, какие свойства и характеристики продукта Вы должны представить и в каком порядке?
2. Предлагаете ли Вы клиенту модель, которую он хочет посмотреть или которая отвечает его потребностям?
3. Говорите ли Вы клиенту до того, как продемонстрируете продукт, на какие его особенности и качества Вы хотели бы обратить внимание?
4. Подчеркиваете ли Вы, аргументируя свои доводы, полезность продукта для клиента, возможность путем приобретения продукта снизить затраты, повысить производительность труда и т. д.?
5. Тщательно ли Вы готовитесь к процедуре представления продуктов (сотрудники, помещение, приспособления, условия)?
6. Вовлекаете ли Вы клиента в процесс демонстрации продукта (в качестве оператора, контролера, испытателя)?
7. Прибегаете ли Вы во время демонстрации продукта к дополнительным (световым, звуковым, цветовым, механическим) эффектам?
8. Располагаете ли Вы во время представления продукта всем, что может привлечь внимание клиента (проспекты, инструкции по эксплуатации, технические описания, таблицы цен и т. д.)?
9. Делаете ли Вы выводы для клиента по завершении демонстрации, еще раз подчеркивая важнейшие достоинства продукта?
10. Предъявляете ли Вы клиенту после окончания демонстрации продукта заранее заполненный бланк заказа для подписи?

Информационное обеспечение обучения
Печатные и электронные издания
Основные учебные издания:

1. Барышникова, Н. А. Экономика организации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Барышникова, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. 184 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12885-7.
2. Основы экономики организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14874-9.
3. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5386-2.
4. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2.

Дополнительные учебные издания:

5. Микроэкономика. Экономика предприятия (организации) : учебное пособие для СПО / Е. А. Аникина, Л. М. Борисова, С. А. Дукарт [и др.] ; под редакцией Л. И. Иванкиной. — Саратов : Профобразование, 2021. — 428 с. — ISBN 978-5-4488-0917-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/99933> (дата обращения: 18.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Основы экономики : учебное пособие для СПО / Р. А. Галиахметов, Н. Г. Соколова, Э. Н. Тихонова [и др.] ; под редакцией Н. Г. Соколовой. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 373 с. — ISBN 978-5-4488-0911-8, 978-5-4497-0757-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/99374> (дата обращения: 18.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
7. Сафонова, Л. А. Экономика предприятия : учебное пособие для СПО / Л. А. Сафонова, Т. М. Левченко. — Саратов : Профобразование, 2021. — 189 с. — ISBN 978-5-4488-1211-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/106644> (дата обращения: 18.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Электронно-библиотечная система:

8.Электронно-библиотечная система «Лань» – URL: <https://e.lanbook.com/>

9.Электронно-библиотечная система «Знаниум» – URL: <https://znanium.com/>

10.Научная электронная библиотека «eLibrary» – URL: <https://elibrary.ru/>