**ГБОУ СО СПО «Саратовский Техникум промышленных технологий**

**и автомобильного сервиса»**

Методическая разработка



Составитель: Карасёва Л.В.

преподаватель спецдисциплин,

Почётный работник НПО РФ,

1 квалификационная категория

Саратов, 2011

**АННОТАЦИЯ**

Данная методическая разработка предназначена для изучения темы «Основы менеджмента. Управление предприятием в условиях рыночных отношений» и является частью учебно-методического комплекта по профессии «Коммерсант в промышленности». Методической целью является показать методические особенности занятия по дисциплине с использованием информационных технологий, компьютерных и мультимедийных средств обучения. К плану урока прилагается презентация с комментариями.

Предлагаемый материал имеет самостоятельную ценность и может быть использован при выстраивании учебно-методического обеспечения образовательных программ обучения по другим специальностям.

**ПЛАН УРОКА**

**по дисциплине «Экономика отрасли и предприятия»**

**Курс:** 3 **группа:** 131-н **профессия:** Автомеханик

|  |  |
| --- | --- |
| **Тема:** | «Основы менеджмента. Управление предприятием в условиях рыночных отношений» |
| **Цели урока**: |  |
| Образовательная: | Обеспечить усвоение новых понятий, сформировать общеучебные и специальные (по предмету и теме) умения и навыки. |
| Воспитательная: | Воспитать интерес к знаниям и умение аргументировать свою точку зрения. |
| Развивающая: | Обеспечить формирование приёмов умственной деятельности, умения самостоятельно решать проблемы. Реализация задач развития интеллекта и познавательных интересов студентов. |
| Методическая: | Организация творческой продуктивной деятельности студентов в процессе обучения. |
| **Тип урока:** | Урок формирования знаний. |
| **Метод обучения:** | Репродуктивный, словесный, проблемный, частично поисковый. |
| **Уровень усвоения:** | II |
| **МТО урока:** | Компьютер, мультимедийная установка, экран.  Мини-конспект. |
| **Межпредметные связи:** | Искусство трудоустройства (факультатив) |
| **Профессиональная направленность:** | По ходу урока приводить примеры, связанные с деятельностью профессии «Автомеханик». |

**СТРУКТУРА УРОКА:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Элементы организационной и**  **дидактической структуры урока** | **Содержание структурных элементов урока** |
| 1. Организационный этап. | 1. Проверка готовности студентов к уроку.  2. Сообщение темы урока, цели, задач и мотивации учебной деятельности студентов. |
| 2. Актуализация знаний. | Выявление у студентов имеющихся знаний по новой теме. |
| 3. Введение материала с учетом закономерностей процесса познания (восприятие и первичное осознание нового материала), осмысление связей и отношений в объекте изучения. | Объяснение нового материала с использованием  презентации. |
| 4. Обобщение, первичное закрепление и систематизация знаний. | Вопросы на закрепление:  *1. Что такое «менеджмент»?*  *2. Чем понятие «менеджер» отличается от понятий «бизнесмен» и «предприниматель»?*  *3. Какие четыре основные функции выполняет менеджер в управлении предприятием?*  *4. Какие цели могут быть поставлены по промежутку времени?*  *5. Какими методами можно мотивировать сотрудников фирмы?*  *6. Какие виды контроля вы знаете?* |
| 5.Формирование полученных знаний. | 1. Деловая игра *«Совет директоров или как избежать банкротства»*  (принятие коллективных решений).  2. Подумаем вместе. Ситуации на развитие логического мышления  *«И в шутку, и в серьёз».* |
| 6. Рефлексия. | Беседа.  *1. Появились ли у вас новые знания в процессе изучения материала?*  *2.Что понравилось на уроке?* |
| 7. Анализ и оценка итогов работы. | 1. Достижение целей урока.  2. Характеристика работы студентов в ходе урока. |
| 8. Задание на дом. | Определение и разъяснение домашнего задания.  *В.Г.Губарев «Основы экономики и предпринимательства» стр. 268-275.* |

**Комментарии к презентации**

|  |  |
| --- | --- |
| **слайд 1** | **Тема:** «Основы менеджмента. Управление предприятием в условиях рыночных отношений».  **Цель:**  1. Узнаем что такое «Менеджмент».  2. Рассмотрим основные функции управления.  3. Закрепим полученные знания практически на деловой игре *«Совет директоров или как избежать банкротства».*  Научимся принимать коллективные решения.  **? студентам:**  1. Кто из вас слышал слово «Менеджмент»?  2. Как называется профессия человека, который занимается «Менеджментом»? |
| **слайд 2** | Слово «менеджмент» происходит от английского слова «manage» - управлять – и означает совокупность принципов, методов и средств управления с целью повышения эффективности предпринимательской деятельности и увеличения прибыли**.**  **Объяснение материала:**  Люди до сих пор спорят о том, что такое эффективное управление – наука или искусство, можно ли научиться управлять, или способность к управлению – это талант, который даётся от природы? Истина, как всегда, находится посередине: менеджмент может научить, как правильно принимать решения, а вот принимать правильные решения – это уже искусство. |
| **слайд 3** | Организация управления предприятием требует особой подготовки специалистов. Такие специалисты должны проходить обучение курсам таких наук, как: учёт, финансы и аудиторская работа, юриспруденция и хозяйственное право, экономика и организация управления и труда, маркетинг и планирование деятельности, психология. |
| **слайд 4** | Появление такой специфической профессии, как менеджер разделило понятия «предприниматель», «бизнесмен», «менеджер» по их особенностям участия в производстве. |
| **слайд 5** | Бизнесмен (1) Предприниматель (2) Менеджер (3)  (1) - Человек, владеющий капиталом и вкладывающий капитал в предприятия в виде ценных бумаг и получающий за это прибыль, доход.  (2) - Человек, который берет на себя риск, связанный с организацией нового дела, предприятия и т.д.  (3) - Это профессионал, владеющий специальными знаниями в области управления.  Часто в малом и среднем бизнесе функции 2 и 3 сливаются в одном человеке. Реже 1 становится 2, беря риск ответственности за работу предприятия на себя. |
| **слайд 6** | Основные функции управления предприятием: планирование, организация, мотивация, контроль. |
| **слайд 7** | Планирование – это попытка представить будущее и определить, что нужно будет сделать завтра, через месяц, через год или десять лет для того, чтобы фирма процветала. С точки зрения менеджмента **планирование** - это процесс постановки целей организации и путей их достижения.  Планы на завтра строить относительно легко. Каждый из нас занимается этим в повседневной жизни. Зная, что вчера и сегодня была хорошая погода, нет сильного ветра, который нанесет тучи, можно с достаточной вероятностью решить, что завтра тоже будет тепло и сухо, и спланировать поездку на пикник. Конеч­но, погода может резко измениться и испор­титься за одну ночь. Но вероятность этого до­статочно мала.  Экономическая «погода» на завтра тоже достаточно легко предсказуема. Конечно, все бывает. И мы с вами не раз были свидетелями того, как экономическая ситуация в стране резко менялась за считанные часы. Тем не ме­нее, предсказать, каково будет экономическое положение завтра, гораздо легче, чем то, ка­ким оно будет через десять лет.  Чем отдаленнее горизонты, тем сложнее процесс планирования. Планировать работу предприятия на год сложнее, чем на месяц, а на десять лет —значительно сложнее, чем на год. Ведь за это время могут произойти значитель­ные изменения в экономике страны, в экономи­ческой ситуации на рынках, где предприятие продает продукцию и приобретает ресурсы.  Планирование работы на небольшую пер­спективу (в пределах месяца) для предприя­тия — ежедневная работа, выполняемая каж­дым менеджером и называемая **краткосрочным** (**оперативным)** планированием. Оперативные планы отличают­ся достаточно точной проработанностью. К при­меру, заказ должен быть выполнен к концу месяца. Значит, ежедневно фирма должна производить определенное количество продукции, иметь в запасе определенное количе­ство материалов и т. д. Менеджеры, отвечаю­щие за выполнение этого заказа, определяют, что нужно делать каждый день для того, что­бы заказ был выполнен в срок.  Планирование на 1 — 2 года называется **среднесрочным.** При разработке среднесроч­ных планов менеджеры рассчитывают на посто­янных клиентов компании. Зная примерные объемы их заказов, можно распланировать дея­тельность: рассчитать, насколько будет загру­жено оборудование предприятия, какой доход принесет произведенная продукция, какие за­траты понесет предприятие, какова будет его прибыль. Определив, какое количество зака­зов можно получить за счет постоянных клиен­тов, становится ясно, какие резервы остаются у предприятия и какое количество дополнитель­ных заказчиков необходимо привлечь, чтобы обеспечить стабильную работу компании.  Самую большую сложность представляет планирование на отдаленную перспективу, на­пример на 5 и более лет вперед. Такое планиро­вание называется **долгосрочным** или стратеги­ческим. Не случайно разработкой принципов и методов долгосрочного планирования занима­ется специальная дисциплина — стратегичес­кий менеджмент.  Западные компании активно занимаются перспективами развития своего бизнеса и на 20, и на 30 лет вперед. У отечественных пред­приятий стратегическая перспектива, какправило, меньше: три — пять лет. Это связано с нестабильностью и переходным периодом в отечественной экономике. Конечно, стратеги­ческие планы не имеют такой детальной про­работки, как краткосрочные. Они больше на­поминают вехи,которые предприятие пытает­ся расставить на своем пути, чтобы знать, куда двигаться.Стратегия ком­пании воплощает в себе основную цель, к кото­рой следует стремиться, а в среднесрочных и краткосрочных планах находят отражение ме­роприятий, которые следует осуществить для того, чтобы достичь поставленной цели. |
| **слайд 8** | Все ресурсы, которыми располагает фирма, необходимо превратить в согласованно работа­ющую систему: правильно организовать про­цесс производства, выделить отдельные произ­водственные и управленческие подразделения (цеха, участки, отделы), определить, кто ка­кую работу будет выполнять, кто за что отвеча­ет, кто кому подчиняется. Процесс превраще­ния отдельных ресурсов в единую систему, эф­фективно выполняющую свои задачи, называ­ется **организацией.** Это вторая основная функ­ция, которую выполняет менеджмент. |
| **слайд 9** | Система управления компанией представляет собой пирамиду, состоящую из нескольких уровней управления. На вершине пирамиды находится руководитель фирмы, на более низких уровнях – подчиненные ему управленческие звенья.  Если бы этой пирамиды не было, руководителю пришлось бы самому принимать решения по каждому возникающему вопросу, по каждому направлению деятельности. В конечном итоге, на это не хватило бы ни сил, ни времени, ни знаний. Но то, что руководитель предприятия передает часть обязанностей руководителям более низкого уровня, не снимает с него ответственности за качество выполнения этих обязанностей. Основное отличие руководителя от подчиненного состоит в том, что исполнитель несёт ответственность только за то, что сделал он сам, а руководитель несёт ответственность за то, как справились с работой его подчиненные. Соответственно, чем выше управленческий уровень должности, тем больше ответственности лежит на человеке, который ее занимает. Именно поэтому, зарплата менеджеров высшего управленческого звена достаточно высока. Ведь на них лежит ответственность за деятельность всей компании. |
| **слайд 10** | **Хороший менеджер не тот, кто сам хорошо выполняет работу, а тот, кто умеет** **заставить других сделать это.** |
| **слайд 11** | Для чего люди ходят на работу? «Для того чтобы получать заработную плату», — напра­шивается очевидный ответ. Но это не совсем так. В мире найдется достаточно большое чис­ло людей, достигших такого уровня благопо­лучия, что они могли бы преспокойно сидеть дома или путешествовать по миру, а не ходить на работу. Но они продолжают возглавлять свои компании и создавать новые, получая от этого не только материальное, но и моральное удовлетворение. Значит, не только зарплата является тем стимулом, который движет рабо­тающим человеком.  Как известно, у человека нет той завет­ной кнопочки, нажав на которую, можно бы­ло бы заставить его работать, и работать не просто как-нибудь, а в полную силу, отдавая все свои знания, навыки, опыт на благо ком­пании. Поэтому еще одна важнейшая функ­ция менеджмента — **мотивация** — создание мотива, побуждающего каждого работника к достижению целей, стоящих перед организа­цией в целом.  Для создания эффективной системы моти­вации руководству предприятия необходимо представлять, какие мотивы движут каждым сотрудником компании. **Для одного** человека та зарплата, которую он получает, является практически единственным стимулом к хоро­шей работе, а это означает, что для повышения эффективности его труда необходимо сделать так, чтобы его зарплата была напрямую связа­на с количеством и качеством произведенной им продукции. **Для другого** работника, помимо заработной платы, большое значение имеет по­лучение удовлетворения от сделанной работы. Предоставление такому работнику возможнос­ти выполнять творческую работу повысит его заинтересованность в работе и преданность компании. **Для третьего** важнейшим является возможность продвижения по службе, для чет­вертого — социальные гарантии, предоставляе­мые фирмой своим служащим и т. д.  Созданием единой мотивационной систе­мы, нацеливающей весь персонал компании на достижение конечных результатов, занима­ется руководство фирмы. |
| **слайд 12** | Другой задачей менеджера является необходимость постоянной проверки полученных результатов, сопоставление их с планом, нахождение ошибок, проведение соответствующих корректировок и направление деятельности коллектива в определенное русло. Контроль осуществляется в любой организации и начинается с момента создания плана и выбора целей развития, менеджменте различают три основных вида функции контроля: **предварительный, текущий и заключительный.**  **Предварительный** контроль используется для оценки людских, материальных и финансовых ресурсов. Оценка людских ресурсов предусматривает получение полной информации о деловых, профессиональных и квалификационных качествах своих сотрудников. Такая оценка проводится с помощью определенных методов: тестирование, собеседование, анализ сторонней информации о данном сотруднике. Она позволяет решать сложные задачи подготовки, обучения и повышения квалификации кадров, совершенствования систем оплаты их труда.  Оценка материальных ресурсов позволяет определить объемы и качество поступающего сырья, нормы расхода, поставщиков, размеры производственных запасов. Решение этих задач позволяет минимизировать риск, наладить учет технических и технологических факторов производства, повысить качество выпускаемой продукции, снизить потери материальных и сырьевых ресурсов.  **Текущий** контроль заключается в постоянной проверке руководителями деятельности своих подчиненных с тем, чтобы не допустить серьезных отклонение от поставленной цели.  **Заключительный** контроль состоит в оценке факторов полученных результатов в сравнении с запланированными задачами, что позволяет руководителям оценивать качество своей работы и получить информацию о тех отклонениях, просчетах, которые были допущены в процессе работы и разработки стратегии. Он позволяет, исходя из условий реальной действительности, определить более реалистичные цели и внести необходимые коррективы в цели и пути их реализации. |
| **слайд 13** | Менеджмент в современной экономике является основой функционирования предприятий, и, следовательно, для выполнения этой роли необходимы профессионалы – менеджеры. |
| **слайд 14** | **Деловая игра** «Совет директоров или как избежать банкротства» |
| **слайд 15** | Фирма выпустила 9000 автомагнитол и реализовала 8000 по цене 10000 рублей за штуку. Выручка составила 80 млн. рублей.  На фирме работает 200 человек, средняя месячная зарплата которых в истекшем году составила 8000 руб. Следовательно, годовые расходы на зарплату каждого работника составили 96 тыс.руб., а в целом по фирме – 19,2 млн.руб. |
| **слайд 16** | **Таблица** расходов фирмы за истекший год: |
| **слайд 17** | Доходы фирмы – 80 млн.руб.  Расходы фирмы – 90,2 млн.руб.  Фирма взяла кредит в банке на сумму 12 млн.руб под 40% годовых. В конце года нужно вернуть банку 16,8 млн.руб.  На складе фирмы скопилось 1000 не реализованных автомагнитол.  Акционерам не выплачены дивиденды. |
| **слайд 18** | **Подумаем вместе** «И в шутку, и в серьёз» |
| **слайд 19** | **Успехов в бизнесе!** |