Конспект практического занятия

Преподаватель: Личутина Ольга Викторовна

Специальность: 29.02.04 Конструирование, моделирование и технология швейных изделий

Учебная дисциплина «Экономика отрасли»

Тема занятия: Миссия современной организации

Тип занятия: практическое занятие

Цель:

- формирование у студентов познавательного интереса, самостоятельности, творческой активности, инициативы, а также навыков анализа обобщения и систематизации информации.

Задачи:

обучающие:

- актуализация и систематизация знаний по теме;

- формирование умения оперировать полученными знаниями;

- формирование умения самостоятельно подбирать, анализировать и структурировать тематическую информацию.

развивающие:

- способствовать развитию активности и самостоятельного мышления;

- способствовать развитию творческого отношения к решению заданий;

- способствовать развитию умения делать самостоятельные выводы;

- развить навыки практического применения теоретических знаний.

воспитывающие:

- прививать навыки работы в группе;

- укрепить чувство ответственности за общее дело;

- выработать навыки объективного восприятия ситуации.

Ход занятия

1. Организационный момент – 2 минуты. Проверка готовность к уроку, целеполагание и мотивация к деятельности.
2. Задание № 1. Повторение пройденного теоретического материала с использованием тестовых заданий – 7 минут.

Тест: выберите один правильный ответ

1. Верно ли, что миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации?

А) да

Б) нет

2. Можно ли утверждать, что миссия хотя и имеет общий философский смысл, тем не менее уникальна в своем роде и характеризует именно ту организацию, в которой она была выработана?

А) да

Б) нет

3. Миссия должная быть известна потребителям и конкурентам компании  
А) да  
Б) нет

4. Может ли миссия отражать имидж организации?

А) нет

Б) да

5. Верно ли утверждение, что миссия организации должна нести в себе конкретные указания относительно того, что и в какие сроки делать организации?

А) да

Б) нет

Самопроверка выполнения тестовых заданий по предлагаемому эталону ответов.

Эталон ответов

|  |  |
| --- | --- |
| Номер теста | Правильный ответ |
| 1 | А |
| 2 | А |
| 3 | А |
| 4 | Б |
| 5 | Б |

Обсуждение ошибок и выставление оценки согласно предлагаемым критериям оценок.

Критерии оценок

без ошибок – «5»

1 ошибка – «4»

2 ошибки – «3»

3 ошибки и более – «2»

1. Задание № 2. Поиск в сети Интернет по заданным адресам на главных страницах официальных сайтов компаний различной отраслевой принадлежности сформулированных миссий – 5 минут.

- Гуманитарный институт филиала САФУ в г.Северодвинске

Режим доступа https://narfu.ru/sf/sevgi/

- Аэрофлот миссия

Режим доступа https://www.aeroflot.ru/ru-ru/about/aeroflot\_today/ourbrand

- Традиции текстиля Ивановская фабрика

Режим доступа https://www.tradtex.ru

1. Задание № 3. Обсуждение статьи, опубликованной в журнале «Эксперт», 21 октября 2002 года «Как создавалась миссия компании «Акрополь» – 7 минут.

Как создавалась миссия компании «Акрополь»

Риэлтерская компания «Акрополь» невелика: по сути, до конца прошлого года в ней работало полтора десятка человек. Сейчас компания расширилась – у нее более полусотни сотрудников. Но уже в прошлом году на сайте «Акрополя» было опубликовано: «Миссия компании – оказывать качественные риэлтерские услуги по международным стандартам».

В тот момент мы еще не конкретизировали формулировку, и она скорее воплощала наше представление о заграничном – какие они, международные стандарты, и насколько соответствуют ожиданиям наших заказчиков, да и нашим ли? Поэтому в определенный момент, после того как мы задали себе несколько уточняющих вопросов, миссия подверглась мгновенной корректировке: «Стать эталоном оказания риэлтерских услуг». С этой формулировкой уже можно было начинать работать.

В этом месте хотелось бы написать, что учредители и топ-менеджеры заперлись в кабинете, решив не выходить, пока миссия не будет готова, и выпили две тысячи чашек кофе и выкурили десять блоков «Парламента». Хотелось бы, конечно, так написать - уж больно фактурно все это выглядело бы... Увы, никто из присутствующих не курил, все предпочли зеленый чай черному кофе, и миссия была написана приблизительно за два часа. Но нужно учитывать, что необходимость формализовать свои представления о миссии компании понимали все – нужды во внешних консультантах не было. У всех присутствующих был опыт управления и представления о том, какой бизнес должен быть. Само формулирование миссии мы рассматривали как первый шаг к реструктуризации и введению регулярного менеджмента на предприятии.

В выходной день в полупустом офисе головной компании собрались учредители и руководители подразделений. Все понимали, что миссия должна учитывать интересы различных групп влияния: от учредителей и сотрудников до потребителей и общества в целом. В первые полчаса выяснилось, что сочинение может занять неопределенное время и не привести к результату. Это был бы путь «двух тысяч чашек кофе». Можно было, конечно, взять чужую миссию и переписать ее под особенности компании, но это было бы что-то не то...

Поэтому применили тризовскую методику РСА (ресурсы, структурирование, анализ), практикуемую российской консалтинговой компанией «Диол». Методика интегрирует метод мозгового штурма и метод построения аффинитивной диаграммы и до этого применялась участниками собрания для решения технических и бизнес-задач.

Применение РСА превзошло все ожидания: если опустить подробности, то менее чем через час у компании «Акрополь» была сформулирована миссия. Этот текст был органичен всем участникам, но самое главное – полностью соответствовал бизнес-философии компании. То есть был таким, каким мы хотим его видеть. Все, что оставалось, – это перенести формулировки в электронный вид, распечатать и раздать участникам собрания.

В соответствии с методом полученная миссия учитывала интересы компании, учредителей, сотрудников, общества. Поскольку присутствующие большинством голосов решили перед опубликованием литературно обработать формулировку, тут же подверглась переработке старая формулировка, она превратилась в девиз компании: «Через развитие компании, сотрудников и технологий – стать эталоном оказания риэлтерских услуг».

На основе анализа опыта создания миссии компании «Акрополь», студенты отвечают на следующие вопросы:

- что необходимо знать, чтобы сформулировать миссию организации?

- кто принимает участие в определении миссии?

- какова роль миссии в деятельности компании?

- чьи интересы и каким образом отражает миссия компании?

- можно ли для формулирования миссии своей организации использовать миссию чужой организации?

- как соотносятся между собой миссия и имидж организации?

1. Задание № 4. На основе известных теоретических требований к миссии организации студентам предлагается проанализировать достоинства и недостатки формулировок предложенных миссий известных компаний – 11 минут.

Макдоналдс – «Быстрое обслуживание клиентов ограниченным набором горячей вкусной пищи в чистых и уютных ресторанчиках по приемлемой цене по всему миру».

Полароид – «Совершенствование и развитие рынка мгновенных фотографий для удовлетворения растущей потребности американских и европейских семей запечатлеть на фотографии лица родных и друзей, дорогие сердцу места и смешные мгновения жизни».

Форд (начало XX века) – «Предоставление людям дешевого транспорта».

Кодак – «Стать мировым лидером в химическом и электронном изображении».

1. Задание № 5. Решение задачи. Компания, специализирующаяся на производстве одежды, производит трикотажные костюмы для спорта и дома. Модели костюмов – от традиционных до модных. Используется как синтетическое, так и натуральное сырье. Предпочтение отдается производству крупными партиями, что обеспечивает экономию на издержках и сравнительно низкие цены. Сформулируете миссию компании – 10 минут.

Оформление решения задачи представим в табличной форме:

|  |  |
| --- | --- |
| Алгоритм | Решение |
| Целевой ориентир |  |
| Сфера бизнеса |  |
| Группа потребителей |  |
| Технологическое и функциональное исполнение товара |  |
| Философия компании |  |
| Миссия компании |  |

7. Домашнее задание – 2 минуты. Сформулируйте миссию предприятия легкой промышленности, которое являлось Вашей базой производственной практики.

8. Рефлексия в конце занятия – 1 минута. Все понятно, вопросов по занятию нет – студенты поднимают карточку Раскраска лайк - 35 фото . Не все понятно, осталось много вопросов – студенты поднимают карточку Дизлайк, зачем ставите?.