

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

**Трубчевский филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования**

«Брянский государственный аграрный университет»

Сидоренко Л.М.

ГЛОССАРИЙ

по дисциплине

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

для обучающихся специальности 36.02.02 Зоотехния

Брянская область, 2019 г.

УДК 330 (07)
ББК 65
С 34

Сидоренко, Л. М. Глоссарий по дисциплине Основы экономики, менеджмента и маркетинга: для обучающихся специальности 36.02.02 Зоотехния / Л. М. Сидоренко. - Брянск: Изд-во Брянский ГАУ, 2019. – 22 с.

Составитель:

Сидоренко Л.М. – к.э.н., преподаватель высшей квалификационной категории Трубчевского филиала ФГБОУ ВО Брянский ГАУ

Глоссарий предназначен для изучения общепрофессиональной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга в соответствии с ФГОС СПО по специальности 36.02.02 Зоотехния. В глоссарии представлены основные термины понятия и определения по курсу дисциплины.

Глоссарий предназначен для обучающихся учреждений среднего профессионального образования.

Глоссарий одобрен к печати методическим советом филиала, протокол №3 от 04.02.2019 г.

Рецензент:

Пирева С.И. – преподаватель высшей квалификационной категории Трубчевского филиала ФГБОУ ВО Брянский ГАУ.

Введение

Дисциплина Основы экономики, менеджмента и маркетинга, подобно любой другой отрасли знания, имеет собственную, специфичную терминологию. Эту терминологию необходимо знать и понимать для правильной и быстрой ориентации в экономическом пространстве. Возникающие затруднения в понимании и усвоении управленческой лексики обусловлены, главным образом, следующими обстоятельствами.

1. Экономическая и управленческая терминология используется нередко вне служебной деятельности, в повседневной речи. Профессиональное словоупотребление предполагает существенно более строгое и точное использование терминов.

2. В научной литературе по экономике, менеджменту и маркетингу нередко используются термины, имеющие иностранное происхождение. Самостоятельно определить их истинное смысловое значение несведущему человеку весьма непросто.

Некоторые термины имеют в разных научных текстах по экономике и управлению различную трактовку. Смысл отдельных терминов зависит от контекста, в котором они используются.

Глоссарий предназначен, для лучшего понимания основного текста книг по экономике, менеджменту и маркетингу.

Терминология по Основам экономики

Абсолютная (чистая) рента – доход, получаемый собственником земли, характеризующейся абсолютно неэластичным предложением по цене.

Акционерное общество – фирма, имеющая форму юридического лица и принадлежащая группе акционеров. Имущество и собственность фирмы отделены от имущества и ответственности ее совладельцев – ответственность каждого акционера ограничена его вкладом.

Акция – ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенной суммы в капитал акционерного общества, дающая право на участие в управлении и на получение дохода.

Амортизация – способ возмещения основного капитала путем постепенного перенесения его стоимости на производимую продукцию.

Арендная плата – сумма, выплачиваемая пользователем земли ее владельцу. Включает: ренту + все затраты на возмещение капитальных вложений (амортизация) + процент на вложенный капитал.

Благо экономическое – средство удовлетворения потребностей, имеющееся в ограниченном количестве.

Бухгалтерская прибыль – прибыль, равная разнице между совокупной выручкой от продажи товаров (услуг) и внешними (бухгалтерскими) издержками, связанными с их производством и реализацией.

Валовой продукт ресурса — выпуск товара при использовании того или иного ресурса.

Выпуск – количество произведенных и проданных товаров.

Государство – коллективный экономический субъект (совокупность учреждений и организаций), обеспечивающий фирмам и домохозяйствам те экономические блага (правопорядок, безопасность), производство которых рыночными методами оказывается неэффективным.

Девальвация – резкое понижение курса валюты.

Деноминация – государственное мероприятие по изъятию из обращения денежных единиц и введения других, имеющих иную покупательную способность.

Деньги – все, что признается людьми за деньги и выполняет их функции.

Дифференциальная рента – рента, полученная собственником более производительного участка земли.

Домашнее хозяйство – субъект экономики, владеющий ресурсами, получающий за них деньги и расходующий их на потребление благ.

Доход – денежные или иные средства, получаемые домашним хозяйством от продажи ресурсов;

Либо: выручка, получаемая фирмой от продажи товаров (услуг), за вычетом затрат на их производство и реализацию.

Закон предложения – прямая связь между ценой и величиной предложения.

Закон спроса – обратная связь между ценой и величиной спроса.

Закон убывающей предельной производительности – добавление единиц переменного ресурса к фиксированной величине постоянных ресурсов непременно приводит к ситуации, когда каждая последующая единица переменного ресурса начнет прибавлять к валовому продукту меньше, чем его предыдущая единица.

Закон убывающей предельной полезности – по мере потребления какого-либо блага удовлетворение, получаемое от него после наступления определенного уровня насыщения, начинает уменьшаться.

Номинальная заработная плата – цена, выплачиваемая за использование труда, измеренная в абсолютных единицах, сумма денег, полученная наемным работником.

Повременная заработная плата – денежная оплата трудовой услуги наемного работника, рассчитываемая в зависимости от количества отработанного им времени.

Реальная заработная плата – покупательная способность заработной платы, выраженная в количестве товаров и услуг, которые можно приобрести на полученную сумму денег.

Сдельная заработная плата – денежная оплата трудовой услуги наемного работника,

рассчитываемая в зависимости от количества произведенной им продукции.

Система заработной платы — совокупность взаимосвязанных принципов и элементов организации оплаты наемного труда, которая благодаря их комбинированию увязывает возрастание получаемого работником денежного вознаграждения с результативностью труда.

Земля, естественные ресурсы – природные условия, необходимые для производства товаров и услуг.

Издержки (затраты) – все, что производитель (фирма) расходует в целях достижения необходимого результата.

Экономические издержки – альтернативные издержки или издержки упущенных возможностей.

Явные (внешние) издержки – денежные выплаты со счетов фирмы поставщикам ресурсов.

Износ – постепенная утрата капитальными благами своей ценности.

Моральный износ – уменьшение ценности капитальных благ, не связанное с потерей ими потребительских свойств.

Физический износ – потеря средствами труда своих потребительских качеств, т.е. технико-производственных свойств.

Индивидуальное предприятие – фирма, которой владеет одно физическое лицо, самостоятельно ведущее дело в собственных интересах и отвечающее за нее личным имуществом.

Индивидуальный спрос – спрос, предъявляемый одним потребителем.

Валовые (совокупные) инвестиции – сумма амортизации и чистых инвестиций.

Чистые инвестиции – увеличение запаса капитала.

Институты – ряд норм и правил, которые выполняют функцию ограничений поведения экономических субъектов и упорядочивают взаимодействие между ними, а также соответствующие механизмы контроля за соблюдением данных правил.

Капитал – созданные прошлым трудом блага, используемые для производства товаров и услуг.

Оборотный капитал – часть капитала, используемая однократно и полностью потребляемая в ходе каждого цикла производства.

Основной капитал – часть капитала, которая функционирует в течение нескольких лет, потребляется постепенно, на протяжении нескольких производственных циклов.

Картель – сговор фирм, ориентирующихся на долгосрочное монополистическое равновесие. Цены и объемы производства устанавливаются на том уровне, который избрала

бы монополия.

Кейнсианство – экономическое течение современного либерализма, обосновывающее необходимость государственного стимулирования эффективного спроса.

Классическая политическая экономия – школа экономической мысли, изучавшая богатство общества ("богатство народов").

Конкуренция – состязание, борьба, соперничество.

Неценовая конкуренция – конкуренция на основе потребительских свойств товара.

Нечестная конкуренция – все не рыночные методы конкурентной борьбы: подкуп, шантаж, шпионаж и т.п.

Ценовая конкуренция – привлечение потребителя понижением цены товара.

Кривая предложения – графическое изображение зависимости между рыночной ценой блага и величинами его предложения в данный момент времени.

Кривая спроса – графическое изображение зависимости между рыночной ценой блага и величинами спроса на него в данный момент времени.

Кругооборот экономический – круговое движение реальных экономических блага, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.

Ликвидность – способность того или иного актива быстро и без потери стоимости быть обмененным на товары или деньги.

Макроэкономика – раздел экономической теории, изучающий закономерности функционирования и развития национальной экономики в целом, а также мировой экономики.

Микроэкономика – раздел экономической теории, изучающий закономерности поведения субъектов экономики и их взаимодействие на отдельных рынках, в результате которого формируются цены на производимые товары и услуги и факторы производства.

Монополистическая конкуренция – одна из форм несовершенной конкуренции. Рыночная структура, при которой на рынке действует много фирм, производится дифференцированная продукция, барьеры на пути проникновения на рынок сравнительно невысоки, имеет место несовершенная информация, фирмы могут влиять на цены.

Монополия – рыночная структура, при которой на рынке действует одна фирма-производитель, полностью контролирующая производство и продажу товара.

Монопсония на рынке труда – крайний случай несовершенной конкуренции на рынке труда, когда определенная фирма является единственным покупателем труда в данной местности или в области человеческой деятельности (например, в профессиональном спорте).

Несовершенная конкуренция – рыночная структура, в которой хотя бы один признак

совершенной конкуренции нарушен.

Нефункциональный спрос – спрос, обусловленный факторами не связанными с самим товаром.

Олигополия – одна из форм несовершенной конкуренции. Рыночная структура, при которой несколько крупных фирм производят однородную или дифференцированную продукцию, имеют место трудно преодолимые барьеры вступления в отрасль и несовершенная информация.

Покупательная способность денег – реальная стоимость денег.

Потребности – внутренние мотивы, побуждающие к экономической деятельности.

Предложение – количество товара, которое продавцы могут и желают продать по данной цене.

Прибыль – выручка фирмы за вычетом издержек.

Природные ресурсы – совокупность природных условий, которые могут быть использованы в процессе создания товаров, услуг и духовных ценностей.

Рента – доход, получаемый собственником ресурса, предложение которого строго ограничено.

Ресурсы – факторы, условия, необходимые для производства благ.

Рынок – система, обеспечивающая взаимодействие продавцов и покупателей для

Свобода предпринимательства – означает, что производитель самостоятельно принимает решения по организации производства.

Символические (неполноценные) деньги – деньги, стоимость товарного тела которых ниже их номинала. Примерами неполноценных денег могут служить бумажные деньги, неразменные на золото.

Смешанная экономика – экономическая система, в которой рыночное саморегулирование дополняется активным централизованным регулированием, осуществляемым государством и крупными фирмами. Синтезирует элементы рыночной и командной экономических систем.

Собственность – отношения людей по поводу присвоения экономических благ.

Совершенная конкуренция – рыночная структура, характеризующаяся следующими признаками: 1) большое число продавцов и покупателей, 2) однородность продукции, 3) абсолютная мобильность движения ресурсов, отсутствие барьеров вхождения в отрасль и выхода из нее, 4) ни один экономический субъект не обладает рыночной властью, т.е. способностью влиять на рыночную цену товара, 5) полная информированность участников о ценах и условиях производства.

Спекулятивный спрос – возникает в обществе с высокими инфляционными ожиданиями,

когда опасность повышения цен в будущем стимулирует дополнительное потребление (покупку) товаров в настоящем.

Спрос – количество товара, которое покупатели могут и хотят приобрести на рынке по данной цене.

Тезаврация – накопление наличных денег или золота.

Теневая экономика – неформальная экономика, основанная на нарушении юридических прав собственности, где подрываются "правила игры" рыночной экономики.

Товар – продукт труда, созданный для продажи или обмена на рынке.

Труд – целесообразная деятельность, направленная на создание экономических благ.

.Фирма (предприятие) – экономический субъект, выполняющий три функции: покупает ресурсы, использует их для производства продукта и продает продукт. Существование фирмы обеспечивается за счет прибыли.

Цена – количество денег, уплачиваемое и получаемое за единицу товара или услуги.

Цена земли – приведенная стоимость всех доходов, которые будут получены с помощью данного участка земли в течение неограниченного периода времени:

Ценная бумага – финансовый документ, в котором зафиксированы определенные имущественные права их владельцев.

Ценовая дискриминация – состоит в том, что одинаковые товары фирма продает различным покупателям по разным ценам.

Человеческий капитал – совокупность способностей человека, его здоровье, уровень образования и т.п.

Экономика институционально организованная форма производства, распределения, обмена и потребления экономических благ;

2) наука (*economics*) об использовании редких или ограниченных ресурсов для производства товаров и услуг, их распределения и обмена между членами общества в целях потребления.

Экономическая прибыль – разница между доходом и альтернативными затратами фирмы.

Терминология по менеджменту

Авторитет – влияние или способность лидера побуждать других к исполнению возложенных на них обязанностей.

Авторитарный (волевой, автократический) стиль руководства – стиль руководства, в основе которого лежит использование преимущественно принципа единоначалия в ущерб коллегиальным и коллективным решениям.

Администрация – 1) организационная деятельность в сфере *управления*; 2) управленческая

деятельность государственных органов; 3) должностные лица, руководящий персонал учреждения, предприятия, *организации*.

Аппарат управления – совокупность работников, объединенных в подразделения (или отдельных, специально выделенных работников), на которые возложено выполнение управленческих функций.

Бюрократия – тип организации, для которой характерно специализированное разделение труда, четкая управленческая иерархия, правила и стандарты деятельности, показатели оценки эффективности работы.

Вертикальное разделение труда – разделение труда по иерархическим уровням управления на составляющие части общей деятельности с обеспечением их согласованности, координации действий участников этой деятельности. Отражает соотношение централизации и децентрализации в организационной структуре управления.

Власть – способность и возможность осуществлять свою волю, оказывать определяющее воздействие на поведение, деятельность других людей с помощью авторитета, права, насилия, денег и т.д.

Выработка и принятие решения – функция менеджмента и этап управленческого цикла, процесс сбора и мысленной (аналитико-синтетической) переработки данных, необходимых для принятия решения, с последующим фиксированием его результата в соответствующей (устной или письменной) форме.

Делегирование полномочий – передача прав от вышестоящих органов власти (инстанций) или должностных лиц (субъектов управления) нижестоящим. В управлении деятельностью организации чаще всего проявляется в предоставлении руководителем своим непосредственным подчиненным (заместителям или руководителям подразделений, отдельным работникам) права самостоятельно решать определенные (конкретные) задачи, вопросы или осуществлять соответствующие действия, ответственность за которые непосредственно несет руководитель организации (подразделения).

Демократический (коллегиальный, коллективный) стиль руководства – стиль руководства, основанный на учете мнений и стремлений подчиненных, на широком привлечении работников к процессу выработки решения, способствует демократизации управления деятельностью организации. Д.С.Р. основан на том, что активность людей мотивирована, главным образом, потребностями высших порядков.

”Дерево целей” – графическое представление взаимосвязи и соподчинения целей (подцелей) управления.

Деятельность управленческая – совокупность действий субъекта управления (руководителя или работников аппарата управления) по отношению к объекту управления (подчиненному работнику или коллективу организации) для оказания на него управляющего воздействия.

Документ – любой материальный объект с информацией, закрепленной определенным образом, что позволяет передавать ее во времени и пространстве.

Достоверность информации – соответствие информации действительности, которое достигается: использованием заслуживающих доверия источников информации;

обозначением времени совершения события, сведения о котором передаются; тщательным изучением и сопоставлением данных, полученных из различных источников; проверкой сомнительных сведений; исключением искажений информации, передаваемой по техническим средствам и т.д.

Единоначалие – единоличное управление, которое заключается в праве менеджера (начальника) отдавать подчиненным распоряжения, обязательные для исполнения, обеспечивать их выполнение, в единоличной ответственности менеджера (должностного лица) за выработку, принятие управленческих решений и последствия их выполнения. Е. предполагает единство командования и единство распорядительства.

Иерархическая структура – организационная структура управления, характеризующаяся многоуровневым построением на принципах иерархии а также характером и количеством функций управления на каждом уровне.

Индивидуальная оценка деятельности подчиненных – вид оценки руководителем деятельности подчиненных, объектом которой является деятельность конкретного работника по выполнению возложенных на него функциональных обязанностей.

Инструкция должностная – краткое изложение основных задач, требующихся навыков, полномочий и обязанностей для различных должностей в организации, а также порядка исполнения работником обязанностей по конкретной штатной должности (при необходимости и во внештатных структурах), устанавливаемых соответствующим органом управления.

Интуиция – 1) способность человека находить способы правильного решения задач, ориентироваться в жизненных ситуациях, предвидеть ход событий без анализа, без логического (рационального) обоснования; 2) тип мышления, при котором отдельные звенья этого процесса проходят бессознательно, при это решение возникает как озарение, просветление.

Информация – определенным образом обработанные данные, сведения о фактах, представляющие интерес (новизну) для их получателя и требующие от него принятия соответствующего решения.

Искусство управления – комплекс характеристик управленческой деятельности, отражающих роль индивидуальных качеств субъекта управления в достижении успеха или эффективности управления деятельностью подчиненных, в частности, его способность использовать достижения науки управления на практике.

Кодекс этический – свод нравственных правил, предписываемых к исполнению.

Компетентность – критерий оценки деловых качеств работника, - профессиональные возможности должностного лица, уровень его квалификация (знания, способности, качества, опыт), позволяющие принимать участие в выработке управленческих решений или решать самому вопросы, относящиеся к его компетенции.

Контроль – функция управления (и этап управленческого цикла), которая представляет собой осуществляемый субъектом управления комплекс мер наблюдения за подготовкой, принятием и ходом реализации управленческих решений, а также проверки фактического состояния деятельности организации.

Конфликт – столкновение интересов, ролей, различно направленных тенденций в межличностных взаимодействиях индивидов или групп, а также в сознании индивида, связанное с острым отрицательным переживанием.

Культура управления – комплексная, обобщающая характеристика управленческого труда, отражающая его качественные черты и характерные особенности.

Либеральный стиль руководства – стиль руководства, характеризуется предоставлением подчиненным максимальной свободы в выборе задач деятельности, малым использованием властных полномочий. Руководитель, использующий Л.с.р., как правило, не вмешивается в работу подчиненных и лишь дает им рекомендации и советы по их просьбе.

Лидер – человек, осуществляющий формальное или неформальное руководство группой людей.

Лидерство – отношений доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе (организации).

Менеджер – участник (работник, член) организации, осуществляющий профессиональную управленческую деятельность, решающий задачи управления.

Метод руководства – совокупность способов и приемов управляющего воздействия менеджера на управляемый объект (на деятельность возглавляемого коллектива в целом и отдельных его членов).

Мотив – 1) побуждение человека к деятельности; 2) психологическая причина, побуждающая активность человека; 3) то, ради чего осуществляется действие, достигается цель.

Мотивация (мотивирование) – функция менеджмента и этап управленческого цикла, процесс побуждения себя самого или других работников или партнеров к деятельности для достижения целей организации.

Наука управления – совокупность знаний о законах и закономерностях социального управления. Основная цель Н.у. – выявить и исследовать объективные законы, определяющие процессы такого управления с тем, чтобы предвидеть их развитие и эффективно использовать в практической деятельности.

Норма управляемости – максимальное число работников, которыми может эффективно управлять один руководитель в конкретной сфере деятельности при определенных организационных и иных условиях.

Объективность – принцип обеспечения эффективного функционирования системы управления организацией, который означает необходимость познания объективных закономерностей деятельности, тенденций развития деловой обстановки, в которой приходится осуществлять эту деятельность, умение управлять ею в соответствии с этими закономерностями, принципами управления, направляя и координируя усилия работников, направленные на решение поставленных задач.

Объект управления – управляемый элемент (подсистема) системы управления, воспринимающий управляющее воздействие субъекта управления и, в свою очередь, оказывающий на него воздействие по каналу обратной связи.

Оперативное (текущее) управление (диспетчеризация) – совокупность мер, позволяющих незамедлительно воздействовать на отклонения от нормального функционирования управляемого процесса, решения поставленной задачи.

Организаторская деятельность – деятельность субъекта управления (руководителя и работников аппарата управления) по созданию и совершенствованию организационных структур, по упорядочению деятельности объекта управления в интересах повышения эффективности его действий, направленных на достижение поставленных целей.

Организационная структура управления – упорядоченная определенным образом и установленная соответствующими нормативными правовыми актами совокупность элементов системы управления и ее подсистем, отражающая организационные взаимоотношения между ними.

Организационно-распорядительные методы управления – связанные с властной природой социального управления методы прямого (адресного) управляющего воздействия на управляемый объект. Сюда входят: методы организационно-стабилизирующего воздействия и методы организационно-распорядительного воздействия.

Организация – 1. Внутренняя упорядоченность, согласованность взаимодействия частей целого, обусловленные его строением. 2. Объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур. 3. совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого.

Ответственность – обязательство выполнять взятые на себя функции, установленные задания, а также находиться под воздействием соответствующих санкций (моральных, административных, уголовных, материальных и иных) за невыполнение.

План – форма управленческого решения, результат планирования деятельности организации, подразделения, работника, комплекс заданий (мероприятий), объединенных общей целью, которые необходимо выполнить в определенной последовательности и в установленные сроки.

Планирование – функция менеджмента и этап управленческого цикла, представляющая собой процесс разработки плана. Его сущность состоит в определении задач, вытекающих из принятого решения, необходимых для их реализации сил и средств, системы и последовательности мер, направленных на решение задач деятельности, исполнителей, способов и сроков их реализации.

Плановая дисциплина – вид исполнительской дисциплины, предполагающий своевременное и качественное выполнение плановых заданий.

Побуждение – метод управления деятельностью подчиненных, основанный на побуждении исполнителя к необходимым для решения стоящих перед организацией задач действиям и поведению преимущественно исходя из собственных потребностей, интересов исполнителя.

Подготовка решения – совокупность действий, связанных с уточнением цели, выбором критериев оценки решения, сбором, обработкой и анализом исходной информации о управленческой ситуации, обусловившей необходимость принятия решения, с поиском возможных вариантов решения.

Полнота информации – критерий оценки качества информации, используемой в управлении деятельностью организации, который показывает степень отражения ею сторон (аспектов) явлений, проблем, решений и других вопросов, содержащихся в информационном сообщении.

Потребность – 1) один из основных компонентов мотивационной системы человека; 2) состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых ему для его существования и развития, и выступающее источником его активности.

Предварительный (опережающий) контроль – вид контроля, который осуществляется, главным образом, при выработке решения и оценке организационных предпосылок к его реализации, то есть до начала реализации решения.

Принцип – основное, исходное положение теории и практики, правило деятельности организации или правило поведения и деятельности человека.

Принципы управления – основные правила, которые должны соблюдать участники управленческого процесса при реализации управленческих функций. Соблюдение П.у. являются одной из основных форм целенаправленного использования объективных законов и закономерностей науки управления в практике управления.

Принятие решения– выбор субъектом управления по определенным критериям лучшего варианта действий по достижению поставленной цели, его закрепление в соответствующей (письменной или устной) форме.

Проблема – сложная задача, возникающая в процессе управления деятельностью организации, для решения которой не существует общепринятых методов, отсутствуют знания, опыт ее разрешения. В связи с этим требуется тщательное изучение такой задачи с целью получения информации, необходимой и достаточной для выработки способов ее решения.

Проблемно-целевое планирование – вид планирования в организации, обусловленный необходимостью решения наиболее сложных и острых проблем в ее деятельности на основе комплексного подхода, путем разработки программ, позволяющих объединять различные виды деятельности и координировать усилия всех или части ее подразделений для достижения поставленной цели (решения проблемы) в определенные сроки с четким обоснованием роли, места и обязанностей каждого субъекта-участника, а также необходимых для этого кадровых, материально-технических ресурсов и финансовых ресурсов.

Профессионализм –совокупность способностей, знаний, умений и навыков, связанных с профессией, то есть с основным родом занятий работника, его трудовой деятельностью.

Работоспособность – способность работника выполнять трудовую деятельность в течение длительного времени с заданными эффективностью и качеством. В управлении деятельностью организации обязательно учитывается при оценке деятельности подчиненных.

Регулирование – стадия организации исполнения принятых решений, обеспечивающая функционирование управляемых процессов в рамках заданных параметров. Р. представляет собой важную составную часть текущего управления деятельностью организации.

Рекомендация – одна из форм организационно-распорядительного воздействия, заключающая в себе возможное решение вопроса, выраженное в устной или письменной форме.

Рефлексивное управление – управление, основанное на использовании, главным образом, бессознательной реакции (рефлексов) человека (объекта управления) на управляющее воздействие со стороны субъекта управления.

Решение – зафиксированный каким-либо способом (устно или письменно) волевой акт, вывод субъекта управления (работника, менеджера) о необходимости или желательности действия или бездействия объекта управляющего воздействия для достижения поставленной цели, для обеспечения эффективного функционирования данной системы управления. Содержание Р.: замысел, задачи подчиненных, способы и сроки выполнения поставленных задач, порядок взаимодействия, обеспечения и организации исполнения.

Риск – действия при недостаточно ясных (неопределенных) условиях достижения положительного результата, возможность наступления событий с отрицательными последствиями в результате определенных решений или действий.

Роли руководителя – совокупность социально одобряемых форм поведения, которые ожидаются от человека, занимающего руководящую должность. В числе основных Р.р.: роли администратора, профессионала (специалиста), психолога, педагога, представителя.

Руководитель – должностное лицо, имеющее в своем распоряжении коллектив работников, которое наделено четко определенными правами и полномочиями по принятию решений, организации их исполнения, по осуществлению управляющих воздействий в отношении подчиненных. Р. несет юридическую ответственность перед назначившей (утвердившей) его инстанцией; представляет возглавляемый коллектив в вышестоящих инстанциях, других органах управления.

Ситуация – совокупность событий, обстоятельств, которые развиваются во времени и пространстве, имеют или могут иметь определенные последствия для организации и вынуждают субъекта управления (менеджера) принимать соответствующие решения.

Совесь – категория этики, характеризующая способность человека осуществлять моральный самоконтроль, самостоятельно формулировать для себя моральные обязанности, требовать от себя их выполнения и проводить самооценку совершенных поступков.

Способности – 1) индивидуально-психологические особенности человека, определяющие успешность выполнения им какой-либо деятельности, обуславливающие быстроту и легкость усвоения им соответствующих знаний, умений и навыков; 2) возможность, умение делать что-либо в результате накопленного опыта.

Структура – способ сочетания составных частей системы для наиболее эффективного достижения цели ее деятельности.

Текущий контроль – вид контроля, который осуществляется в процессе организации исполнения решения, других задач деятельности, когда еще не достигнуты намеченные результаты.

Трудовая дисциплина – 1) система отношений взаимной ответственности работников в процессе совместного труда; 2) сознательное и строгое исполнение работниками своих

должностных обязанностей, правил внутреннего трудового распорядка, основанных на соблюдении правовых и других социальных норм, действующих в данной организации.

Убеждение – метод активного управляющего воздействия на человека через обращение к его собственному критическому суждению, с помощью которого доказывается работникам необходимость выполнения той работы, которая им поручается, соблюдения дисциплины и активного творческого отношения к делу.

Управление – 1). Перевод системы из одного состояния в другое посредством целенаправленного воздействия на ее элементы с целью изменения (сохранения) его состояния, поведения или действия. 2). Деятельность по осуществлению социального управления – управленческая деятельность. 3). Вид организационной структуры управления (органа управления).

Управленческая деятельность – тип профессиональной деятельности, специфика которой определяется ее наиболее общей задачей – организацией деятельности других людей в направлении достижения общих целей, с опорой на принципы иерархии.

Управленческий цикл – совокупность последовательно сменяющих друг друга конкретных практических действий по реализации полного набора функций управления, в том числе оценки деловой обстановки, выработки управленческого решения, планирования, организации исполнения решения, контроля, оценки результатов реализации решения.

Управленческое решение – вид решения, результат выбора одного из взаимоисключающих способов решения проблем организации.

Управляемость – способность управляемой системы менять свое состояние под управляющим воздействием субъекта управления, в том числе при негативном воздействии окружающей среды.

Управляющее воздействие – воздействие субъекта управления на объект управления с целью изменения (сохранения) его состояния, поведения, действий.

Уровень управления – часть системы управления, которая обладает известной самостоятельностью, находится в состоянии подчиненности по отношению к вышестоящим органам управления и в совокупности с другими уровнями управления определяет ее структуру.

Формализм – разновидность догматизма, проявляющаяся в чисто внешнем следовании заповедям, нормам, инструкциям, распоряжениям, когда человек не осознает смысла своих поступков и значения своей деятельности, не будучи способен мотивировать их с точки зрения потребностей общества и человека.

Функции управления – относительно обособленные направления (виды) управленческой деятельности, позволяющие в совокупности осуществлять необходимое управляющее воздействие.

Целенаправленность – принцип выработки и принятия решений в управлении деятельностью организации, обеспечивающий соответствие (подчиненность) принимаемого решения достижению поставленной цели, решению вытекающих из нее задач.

Целесообразность – принцип управления деятельностью организации, предполагающий ее соответствие поставленной цели, разумность, практическую полезность используемых при этом форм и методов организаторской деятельности.

Централизация управления – процесс усиления, расширения прав и полномочий первого руководителя и вышестоящих органов управления при одновременном сужении, ослаблении прав и полномочий соответствующих нижестоящих органов управления той же системы. Ц.у. характеризуется степенью распределения функций управления по вертикали организационной структуры управления данной системы.

Эгоизм (лат. ego - Я) – жизненный принцип и негативное моральное качество, характеризующее личность сточки зрения ее отношения к обществу и другим людям. Означает оказание предпочтения при выборе линии поведения собственным интересам перед интересами общества и окружающих людей.

Эмоции – психическое отражение в форме непосредственного пристрастного переживания жизненного смысла явлений и ситуаций, обусловленного отношением их объективных или предполагаемых свойств к потребностям субъекта.

Этика управления – вид профессиональной этики, система этических норм поведения участников управленческого процесса, прежде всего руководителей и работников аппарата управления.

Этикет – совокупность правил, касающихся внешнего проявления отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда и т.д.) Э. – составная часть внешней культуры общества.

Эффективность решения– отношение показателей, характеризующих степень достижения поставленных целей к совокупности временных, кадровых, финансовых и других ресурсов, затраченных на принятие и реализацию данного решения.

Эффективность труда менеджера – соотношение его полезных для достижения поставленной цели результатов и объема затраченных при этом ресурсов – времени, физических и умственных затрат, сил и средств, финансов и др.

«Я» (Эго) – компонент структуры личности, воспринимающий информацию об окружающем мире и состоянии организма, сохраняющий ее в памяти и регулирующий ответные действия индивида в интересах его самосохранения.

Терминология по маркетингу

АССОРТИМЕНТ - перечень выпускаемой и продаваемой продукции по видам, типам, сортам, размерам и маркам. Характеризуется:

- глубиной (сколько наименований товаров предлагается в каждой ассортиментной группе),
- шириной (сколько различных ассортиментных групп предприятие предлагает на рынке).

БРЕНДИНГ - область системы маркетинговых коммуникаций, процесс создания и развития бренда и его идентичности.

Бренд - это совокупность ментальных связей с продуктом, его качествами, свойствами и полезностью, в сознании потребителя, базирующихся на коммуникациях, предубеждениях, авторитетном мнении и опыте взаимодействия. Если выражаться проще, это отношение потребителей к продукту, которое формируется на основе внутренних предпочтений и внешних воздействий. По отношению к владельцу, бренд - это самостоятельный бизнес.

ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ - отношение валового национального продукта к численности населения страны; количество произведенных товаров и услуг, приходящихся в среднем на одного жителя страны. ВВП на душу населения является приблизительной мерой благосостояния населения той или иной страны.

ДЕМПИНГ - продажа товара по ценам, значительно ниже среднего рыночного уровня, так называемым "бросовым", иногда ниже себестоимости. Во многих западных странах действуют антидемпинговые законодательства, которые защищают прибыль национальных производителей и нередко препятствуют ввозу товаров из других стран, предлагаемых по пониженным ценам в связи с недостаточной конкурентоспособностью.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ - товарная стратегии, в соответствии с которой предприятие расширяет число производимых продуктов или одновременно развивает более двух, не связанных друг с другом производств в целях завоевания новых рынков и получения дополнительной прибыли. Применяют горизонтальную, вертикальную и скрытую стратегии диверсификации.

ДИЛЕР - в переводе с английского языка и по виду занятий - это делец. В его деятельности преобладает не посредничество, а самостоятельная торговля, в которой он становится собственником приобретаемых товаров. В отличие от брокера и торгового агента доходы дилера складываются в основном не за счет вознаграждений, а из разницы между проданной и покупной ценой товара. В маркетинге дилер - это возможное звено каналов распределения.

ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА - маркетинг решает следующие основные задачи:

- систематические поиски и завоевание рынков сбыта с целью создания

информационной базы о процессах обмена между предприятием и его клиентами;

- планомерное использование различных методов и инструментов по структуризации этих процессов обмена с целью повышения эффективности предприятия и др.

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ - стадия разработки нового продукта; процесс выбора правильного времени выхода на рынок, последовательности и объема деятельности на разных рынках, эффективного метода распределения и продвижения продукта, а также разработки оперативного плана маркетинга.

КОНКУРЕНЦИЯ - экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы фирм и предприятий в процессе создания, сбыта и потребления материальных и духовных благ. Является регулятором рыночных отношений, стимулирует ускорение НТП и эффективности общественного производства.

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА - система основных идей, положений и инструментария маркетинговой деятельности, которые используются для достижения целей предприятия - получение прибыли и удовлетворение потребностей конечного потребителя. В зависимости от конкретного состояния окружающей среды, уровня развития рыночных отношений (рынок продавца или рынок потребителя) выделяют традиционную, производственную, бытовую, товарную, социально-этическую и сервисную концепции маркетинга.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМ МАРКЕТИНГА - процесс получения, обработки и систематизации данных и превращение их в "готовую к употреблению" информацию, обеспечивающую нормальное функционирование маркетинговой системы. Включает организационное, правовое, экономическое, техническое, программное, математическое и др. обеспечение.

КЛИРИНГ - система безналичных расчетов, форма зачета взаимных требований и обязательств в коммерческих расчетах. Клиринг бывает: • односторонним, • двусторонним, • многосторонним.

КОНЬЮНКТУРА - рыночная ситуация, сложившаяся на рынке в определенный момент. Включает в себя: • соотношение спроса и предложения, • динамику цен, • движение товарных запасов, • наличие портфелей заказов по отраслям, • емкость рынка и др.

КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА - организации взаимодействия со всеми субъектами маркетинговой системы, которая обеспечивает стабильное и эффективное формирование спроса и продвижение товаров и услуг на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ - деятельность, связанная с осуществлением функций маркетинга с целью формирования и воспроизводства спроса и обеспечения прибыли фирмы. Маркетинговая деятельность позволяет дать ответы на вопросы: что и

сколько производить? как и где производить? так, чтобы товар или услуга удовлетворяли спрос и обеспечивали прибыль.

МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА- совокупность социально-экономических элементов рыночной среды, каждый из которой обладает самостоятельностью и целостностью, находятся в непрерывном взаимодействии по поводу формирования и развития спроса на товары и услуги в целях получения прибыли.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ- количественный и качественный анализ одного или нескольких рынков для получения информации о потенциале, емкости рынка, характеристиках конкурентной среды, ценах. Исследование рынков проводятся для выяснения их способности обеспечивать производство или продажу товаров и услуг для удовлетворения потребителей.

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ- научное предвидение, основанное на анализе фактических данных прошлого и настоящего исследуемого объекта. По величине периода укрепления выделяют • краткосрочные прогнозы (до 1,5 лет); • среднесрочные прогнозы - (5 лет); • долгосрочные прогнозы - 10-15 лет, основанные на системе прогнозов различных

ПОСТАВЩИКИ- компании и частные лица, которые обеспечивают компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства товаров услуг.

ПРИБЫЛЬ - в экономической науке - доход тех, кто предлагает экономике предпринимательские способности. В экономике различают нормальную и экономические прибыли. Прибыль исчисляется как разность между выручкой от реализации продукта хозяйственной деятельности и суммой затрат факторов производства на эту деятельность в денежном выражении.

ПРОБНЫЙ МАРКЕТИНГ- оценка продукта и его маркетинговой программы с целью получения и изучения реакции потребителей и посредников на появление этого продукта в реальных рыночных условиях. Используется для прогнозирования объема продаж и прибыли.

РЕКЛАМА - любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, которую заказывает и финансирует определенный спонсор.

РЕИМПОРТ - обратный ввоз в страну товаров, ранее вывезенных за границы и не подвергшихся там переработке (например, не проданных на иностранном аукционе, с консигнационного склада, забракованных и возвращенных иностранным покупателем).

РЕСУРСЫ(От фр. Кеззоигсе - вспомогательное средство) - источники и предпосылки получения необходимых людям материальных и духовных благ, которые можно реализовать при существующих технологиях и социально-экономических отношениях.

ТОВАРНАЯ НОМЕНКЛАТУРА(productmix) - совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых покупателям конкретным продавцом.

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА- совокупность мероприятий и стратегий, ориентированных на постановку и достижение предпринимательских целей, которые включают выход нового товара или группы товаров на рынок (инновация), модернизацию уже находящихся на рынке товаров (вариация) или вывод из производственной программы выпускаемого товара (элиминация), а также ассортиментную политику.

ТОВАРНЫЕ СТРАТЕГИИ- главные принципиальные направления товарной политики, следуя которым предприятие может обеспечивать стабильный объем продаж и прибыль на всех стадиях жизненного цикла продукта. К товарным стратегиям обычно относят: инновацию, вариацию, элиминацию товара или услуги.

ТОРГОВЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ- самостоятельные лица, заключающие договоры и ведущие торговые дела многих нанявших их фирм и предприятий. Они не получают право собственности на продвигаемые товары и не берут на себя связанные с этим риски.

ЧЕРНЫЙ РЫНОК- совокупность экономических отношений между продавцами и покупателями товаров и услуг, складывающихся в нарушение действующего законодательства. Черный рынок является одним из атрибутов теневой экономики.

ЭГО-МАРКЕТИНГ- деятельность, связанная с изучением характеристик и качеств личности, потребностей потребителей и общества, формирующих спрос на эту личность, исследование рынка специалистов и общественных деятелей, разработкой методов совершенствования конкретной личности, разработкой программы продвижения личности на рынок специалистов и общественных деятелей.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ- показатель способности маркетинговой системы обеспечивать непрерывный процесс формирования воспроизводства спроса на товары и услуги при заданном уровне затрат на маркетинг.

Литература

Основная литература

1. Менеджмент: учеб. и практикум для СПО / под ред. А.Л. Гапоненко. М.: Юрайт, 2015.
2. Кнышева Е.Н. Маркетинг: учеб. пособие. М.: Форум, 2012.
3. Виханский О.С. Менеджмент: учебник. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013.
4. Куликов Л.М. Основы экономической теории: учеб. пособие для СПО. М.: Юрайт, 2015.
5. Казначевская Г.Б. Экономическая теория: учебник. Ростов н/Д, 2010.

Дополнительная литература

1. Кнышова Е.Н. Менеджмент: учеб. пособие. М.: Форум, 2010.
2. Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка: учебник. М.: Форум, 2011.
3. Напёров В.А. Увлекательный менеджмент. М.: Педагогическое общество России, 2007. 192 с.
4. Басовский Е.Л. Маркетинг: учебник. М.: Инфра, 2003.
5. Мурахтанова Н, М. Маркетинг: учеб. пособие. М.: Академия, 2002.
6. Кнышов Е.Н. Маркетинг: учеб. пособие. М.: ФОРУМ, 2004.
7. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник. М.: Академия, 2000.
8. Кудина М.В. Основы экономики: учебник. М.: ИД ФОРУМ-ИНФРА, 2008.
9. Слагода В.Г. Основы экономики: учебник. М.:ИНФРА-ФОРУМ, 2003.

Учебное издание

Сидоренко Л.М.

ГЛОССАРИЙ

по дисциплине

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

для обучающихся специальности 36.02.02 Зоотехния

Редактор Павлютина И.П.

Подписано к печати 6.09.2019 г. Формат 60x84 1/16
Бумага печатная. Усл. п.л.1,27. Тираж 100 экз. Изд. №6457.

Издательство Брянского государственного аграрного университета
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянский ГАУ