



Kompetencja 4 – PODSTAWY BIZNESU

**Scenariusz lekcji 1 – Cele
działania przedsiębiorstwa**

**Składnik kompetencji: Cele
działania przedsiębiorstwa**





Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

Materiał nauczania:	<ul style="list-style-type: none">• kreatywność w działalności gospodarczej (pomysł na własny biznes), TE1,• mikrootoczenie i elementy makrootoczenia przedsiębiorstwa, TE1,• cele działania przedsiębiorstwa, TE2.
Środki dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none">• wideoprojektor lub OTVC projekcyjny o przekątnej min. 42" lub tablica interaktywna,• komputer z dostępem do Systemu Informatycznego eduKariera,• opis przypadku do analizy (załącznik nr 1)..
Ćwiczenia:	<ul style="list-style-type: none">• identyfikowanie instytucji wchodzących w skład mikrootoczenia przedsiębiorstwa, określanie powiązań pomiędzy przedsiębiorstwem a jego mikrootoczeniem,• identyfikowanie makrootoczenia przedsiębiorstwa,• określanie wpływu mikro- i makrootoczenia na przedsiębiorstwo (wpływ pozytywny, negatywny).
Czas trwania:	45 minut

Organizacja zajęć i przebieg lekcji

Lekcje proponuje się przeprowadzić, wykorzystując metodę miniwykładu z prezentacją oraz analizy przypadku.

Na lekcji poprzedzającej, w ramach zadania domowego, nauczyciel zobowiązuje uczniów do zapoznania się z materiałem teoretycznym zamieszczonym w systemie eduKariera dotyczącym mikrootoczenia przedsiębiorstwa oraz celów działania przedsiębiorstwa.

Na początku zajęć nauczyciel przedstawia uczniom cele lekcji. Następnie zaczyna rozmowę na temat celów działania przedsiębiorstw, sprawdzając tym samym poziom zaznajomienia się uczniów z tematem. Wskazuje na cel zasadniczy działania przedsiębiorstw, jakim jest maksymalizowanie zysków, i uświadamia uczniom, że cel ten jest osiągany poprzez realizowanie szeregu celów szczegółowych, takich jak np. kreowanie pozytywnego wizerunku firmy, zdobywanie nowych rynków zbytu, rozszerzanie profilu działalności, wprowadzanie innowacji technologicznych oraz umacnianie pozycji na rynku.

Następnie korzystając z zasobów systemu eduKariera i tablicy interaktywnej lub wideoprojektora, nauczyciel prezentuje młodzieży elementy mikrootoczenia oraz makrootoczenia firmy i omawia je kolejno, podkreślając jednocześnie różnicę między mikrootoczeniem a makrootoczeniem przedsiębiorstwa. Posiłkując się opisem przypadku do analizy (załącznik nr 1), przeprowadza zaplanowane ćwiczenie. Prezentuje na ekranie opis przypadku do analizy i odczytuje go głośno uczniom.

Młodzież po zapoznaniu się z tekstem wskazuje zjawiska, które miały wpływ na opisaną w przykładzie sytuację, i przyporządkowuje je do poszczególnych elementów



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa. Ustalenia zapisywane są na tablicy i w zeszytach. Następnie nauczyciel wspólnie z uczniami analizuje wpływ poszczególnych elementów otoczenia rynkowego na działalność przedsiębiorstwa pana Marka.

Podsumowując zajęcia, prowadzący wskazuje na znaczenie analizy otoczenia rynkowego dla właściwego funkcjonowania przedsiębiorstwa i możliwości realizowania przez nie założonych celów, zarówno zasadniczego, jak i szczegółowych. Podkreśla również konieczność uwzględniania elementów otoczenia firmy i ich oddziaływania przy wyznaczaniu celów przedsiębiorstwa i możliwości ich realizacji. Przypomina, że na makrootoczenie pośrednie przedsiębiorstwo nie ma możliwości oddziaływania, może jedynie dostosowywać swoje działania do tworzonych przez nie warunków (np. obowiązujący system podatkowy i faza cyklu koniunkturalnego), natomiast na elementy mikrootoczenia może w pewnym zakresie oddziaływać (np. poprzez wybór dostawców czy też prowadzenie działań promocyjnych).

Nauczyciel dokonuje oceny aktywności uczniów na zajęciach i zadaje pracę domową pt. *Jakie zjawiska w mikrootoczeniu i makrootoczeniu mają wpływ na szkołę, w której się uczysz?* oraz uczniowie mają za zadanie wykonać ćwiczenia i studium przypadku dla kompetencji składowych w systemie **eduKariera**.

Opis przypadku do analizy:

Pan Marek od kilkunastu lat jest właścicielem średniej wielkości zakładu szycącego odzież damską. Na początku działalności przedsiębiorstwo szybko się rozwijało, a zyski pana Marka były pokaźne. Jednak w ciągu ostatnich lat znacząco spadła liczba kontrahentów zainteresowanych zakupem odzieży szytej przez firmę pana Marka. Spowodował to ogólny kryzys, którego najbardziej odczuwalnymi skutkami były wzrost bezrobocia i spadek płac. Społeczeństwo ubożało i klienci pana Marka zaczęli narzekać na coraz mniejszą ilość osób odwiedzających ich sklepy. Bardzo dużo ludzi zaczęło kupować ubrania w sklepach z odzieżą używaną, a ci, którzy nie chcieli zrezygnować z zakupu nowych, coraz częściej wybierali dużo tańszą odzież szytą w Chinach. Nie bez znaczenia dla wysokości zysków osiąganych przez firmę pana Marka był też ogólny wzrost kosztów prowadzenia działalności. W zastraszającym tempie zdrożało praktycznie wszystko, od materiałów i nici po benzynę i prąd. Niesprzyjające warunki do prowadzenia działalności wcale nie powodowały zmniejszenia się liczby konkurentów pana Marka, a wręcz przeciwnie – jak grzyby po deszczu powstawały nowe zakłady odzieżowe.

Pan Marek, próbując odwrócić złą passę, zaczął szukać nowych, tańszych dostawców oraz zlecił dość znanej projektantce mody stworzenie nowej kolekcji ubrań, którą postanowił wylansować za pośrednictwem kampanii promocyjnej przeprowadzonej przez profesjonalną agencję reklamową.

Zaczął się również poważnie zastanawiać nad wprowadzeniem do oferty swojego zakładu ubrań dziecięcych. Słyszał w telewizji, że od kilku lat w Polsce notowany jest dodatni przyrost naturalny... On sam doczekał się już czworga wnucząt, a na niedzielnym obiedzie córka opowiadała mu o braku wolnych miejsc dla dzieci w przedszkolach. „Jeżeli jest coraz więcej dzieci, które przecież trzeba w coś ubrać, to szycie dla nich odzieży musi być dobrym pomysłem” – myślał pan Marek. I już widział tłumy mam, babć i cioć kupujących śliczne ubranka szyte z najlepszych materiałów i w najmodniejszych kolorach przez jego firmę.



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

Materiał nauczania:	<ul style="list-style-type: none">• kreatywność w działalności gospodarczej (pomysł na własny biznes), TE1,• mikrootoczenie i elementy makrootoczenia przedsiębiorstwa, TE1,• cele działania przedsiębiorstwa, TE2.
Środki dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none">• projektor multimedialny lub tablica interaktywna,• komputer z dostępem do Systemu Informatycznego eduKariera,• talia kart potrzebna do losowania uczniów do poszczególnych grup,• przykłady misji i wizji przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku (załącznik nr 1),• zestaw ćwiczeń (załącznik nr 2),• komplety różnokolorowych pisaków, duże arkusze szarego papieru.
Ćwiczenia:	<ul style="list-style-type: none">• określanie strategii rozwoju przedsiębiorstw poprzez tworzenie ich misji i wizji,• identyfikowanie instytucji wchodzących w skład mikrootoczenia przedsiębiorstwa, określanie powiązań pomiędzy przedsiębiorstwem a jego mikrootoczeniem,• identyfikowanie makrootoczenia przedsiębiorstwa.
Czas trwania:	45 minut

Organizacja zajęć i przebieg lekcji

Proponowane metody przeprowadzenia zajęć to rozmowa dydaktyczna i praca w grupach.

Na lekcji poprzedzającej, w ramach zadania domowego, nauczyciel zobowiązuje uczniów do zapoznania się z materiałem teoretycznym zamieszczonym w systemie eduKariera dotyczącym mikrootoczenia przedsiębiorstwa oraz celów działania przedsiębiorstwa. Zagadnienia te nauczyciel realizuje na zajęciach w formie ćwiczeniowej.

Na początku zajęć nauczyciel zapoznaje uczniów z celami lekcji. Następnie rozpoczyna rozmowę z młodzieżą na temat celów przedsiębiorstw oraz elementów tworzących otoczenie rynkowe firm. Stawia uczniom pytania i podsumowuje ich wypowiedzi. W ten sposób sprawdza poziom zaznajomienia się uczniów z tematem. Wykorzystując tablicę interaktywną, wyjaśnia uczniom istotę misji, wizji i strategii przedsiębiorstwa.

W celu przeprowadzenia ćwiczenia nauczyciel dzieli klasę na 4-osobowe grupy. Rozdaje grupom kartki z przykładami misji i wizji przedsiębiorstw (załącznik nr 1), materiał ćwiczeniowy (załącznik nr 2) oraz arkusze papieru i pisaki. Po przeanalizowaniu przykładów zadaniem uczniów jest zapisanie na dużych arkuszach papieru propozycji strategii, wizji i misji dla działalności wskazanej w ćwiczeniu oraz przeanalizowanie otoczenia rynkowego i wynotowanie głównych elementów makrootoczenia i mikrootoczenia oddziałujących na funkcjonowanie przedsiębiorstwa wskazanego w ćwiczeniu.

Grupy prezentują efekty swojej pracy. Nauczyciel koryguje ewentualne błędy, podsumowuje pracę grup oraz dokonuje jej oceny na poszczególne stopnie szkolne.



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

Praca domowa – uczniowie mają za zadanie wykonać ćwiczenia i studium przypadku dla kompetencji składowych w systemie eduKariera.

Załącznik nr 1:

Przykłady misji i wizji przedsiębiorstw

DHL – przewoźnik międzynarodowy

Wizja

„Klienci mają zaufanie do DHL Polska jako wiodącego partnera, zapewniającego zintegrowane usługi ekspresowe i rozwiązania logistyczne, będącego integralną częścią międzynarodowej korporacji.

DHL Polska jest liderem branży usług logistycznych (TSL) pod względem jakości, rentowności i udziałów w rynku”.

Misja

„DHL Polska w oparciu o znajomość lokalnego rynku oraz unikatowe międzynarodowe doświadczenie oferuje najwyższej jakości usługi, kreując tym samym wartość dodaną dla Klientów”.

PLL LOT – polskie linie lotnicze

Wizja

„LOT jest przewoźnikiem pierwszego wyboru dla klientów podróżujących z Polski i do Polski”.

Misja

„LOT w najbardziej efektywny i innowacyjny sposób zaspokaja potrzeby transportowe korporacyjnych i indywidualnych klientów latających z Polski i do Polski pod względem jakości i wartości usługi, dzięki czemu staje się »przewoźnikiem pierwszego wyboru«. Lojalność klientów gwarantuje ciągły wzrost przychodów z działalności i maksymalizację zwrotu z kapitału zainwestowanego przez właścicieli”.

Coca-Cola

Wizja

„Do 2012 r. zostaniemy uznani za najbardziej dynamiczną firmę na rynku napojów, z najsilniejszym portfelem marek i najlepiej wykwalifikowanym zespołem”.

Misja

„Przynosić orzeźwienie konsumentom naszych produktów.

Współpracować z naszymi klientami na zasadach partnerstwa.

Wypracowywać zysk dla naszych udziałowców.

Aktywnie uczestniczyć w życiu lokalnych społeczności”.

Business Jet – linie lotnicze

Misja



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

„Jesteśmy bezpieczną i godną zaufania linią lotniczą dla ludzi biznesu”.

Wizja

„Pragniemy być organizacją profesjonalną pod każdym względem, ulubioną linią lotniczą podróżujących w interesach na obszarze, na którym działamy.

Chcemy to osiągnąć poprzez:

- uzyskiwanie doskonałych wyników finansowych i korzystny wzrost, a przez to udane wprowadzanie na rynek nowatorskich produktów i usług,
- oferowanie naszym klientom usług o najwyższej jakości oraz dominujący udział w światowym rynku podróży służbowych,
- większą punktualność przylotów i odlotów niż u konkurencji,
- tworzenie inspirującego środowiska pracy, którego atmosfera sprzyja pracy zespołowej, otwartej komunikacji i myśleniu procesowemu,
- ciągły rozwój potencjału ludzkiego oraz uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej na bazie naszej wiedzy, zdolności i umiejętności.

Nasza organizacja dołoży wszelkich starań, aby osiągnąć najlepsze wyniki, stając się najbezpieczniejszą i najbardziej niezawodną linią lotniczą biznesmenów. Realizacja celu jest możliwa dzięki wysoce zmotywowanej kadrze pracowników, którzy troszczą się o potrzeby społeczności, której jesteśmy członkami”.

Bank BGŻ

Misja

„Zaspokajanie potrzeb Klientów poprzez oferowanie pełnego zakresu przejrzystych w konstrukcji i uczciwie wycenionych usług finansowych.

Utrzymywanie długoterminowych relacji z Klientami.

Zaangażowanie w rozwój lokalnych społeczności.

Uzyskiwanie stopy zwrotu zapewniającej stabilny rozwój instytucji.

Promocja postawy pracowników charakteryzującej się inicjatywą w działaniu oraz dbaniem o podnoszenie standardów jakości pracy”.

Wizja

„Utrzymanie wiodącej pozycji w sektorze rolno-spożywczym i uzyskanie pozycji lokalnego partnera pierwszego wyboru dla klientów indywidualnych, przedsiębiorców i firm”.

AVON – firma kosmetyczna

Wizja

„AVON jest światowym liderem na rynku kosmetycznym, firmą, która oferuje kobietom możliwość najwygodniejszych bezpośrednich zakupów. Osiągnęliśmy tę pozycję dzięki rozumieniu i zaspokajaniu aspiracji oraz unikalnych potrzeb kobiet i ich rodzin. Wizja Avonu reprezentuje nasze najwyższe dążenia. Stanowi cel, jest powodem, dla którego istniejemy jako firma. Naszą wizją jest, by być firmą, która najlepiej rozumie i zaspokaja potrzeby kobiet na całym świecie w zakresie produktu, obsługi i samorealizacji”.



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

Misja

„Misja Avonu określa długoterminowe cele w odniesieniu do tych, którym służymy: naszych Klientów, naszych Konsultantek, naszych Pracowników oraz kobiet całego świata.

Naszą misją jest być:

- Liderem wśród firm kosmetycznych na całym świecie.

Będziemy tworzyć unikatowy asortyment kosmetyków oraz związanych z nimi produktów, starając się przewyższyć konkurencję, jeśli chodzi o jakość, nowatorstwo i wartość naszych produktów, oraz stale poprawiać wizerunek Avonu, aby stać się ulubioną firmą kosmetyczną kobiet na całym świecie.

- Firmą wybieraną przez kobiety.

Będziemy firmą, od której kobiety najchętniej kupują, ponieważ oferujemy im dogodny wybór wielu produktów i zapewniamy osobisty kontakt z Konsultantką, przez co nawiązujemy długotrwałe relacje z naszymi Klientami.

- Najlepszym sprzedawcą bezpośrednim.

Będziemy umacniać naszą pozycję wśród przedsiębiorstw sprzedaży bezpośredniej i będziemy liderem przemian tego kanału dystrybucji, oferując możliwości kariery, która zapewnia znakomite zarobki, nagrody, obsługę oraz wsparcie, aby współpraca z Avonem była łatwa i przynosząca satysfakcję, oraz wzmacniać wizerunek przemysłu sprzedaży bezpośredniej.

- Najlepszym miejscem pracy.

Będziemy słynąć jako firma wzorcowa w zakresie przywództwa, co będziemy okazywać poprzez nasze zaangażowanie na rzecz osiągania najwyższych standardów, szacunku dla odmienności oraz zobowiązanie do stwarzania wyjątkowych możliwości rozwoju, które pozwolą naszym Pracownikom w pełni rozwinąć ich potencjał.

- Największą fundacją na rzecz kobiet.

Staniemy się światowym liderem wśród firm popierających działania na rzecz zdrowia i dobrobytu kobiet na całym świecie poprzez programy charytatywne skierowane w szczególności na walkę z rakiem piersi oraz dawanie kobietom szans uzyskania niezależności ekonomicznej.

- Najbardziej cenioną firmą.

Będziemy dostarczać naszym Akcjonariuszom godziwy zwrot z ich inwestycji poprzez nieustanne poszukiwanie nowych możliwości rozwoju i stałe poprawianie zyskowności – będziemy firmą dbającą o odpowiedzialność społeczną i kierującą się etyką, firmą, która będzie naśladowana jako wzorzec sukcesu”.

ZNLE – zakład napraw lokomotyw

Misja

„Misją ZNLE jest innowacyjny rozwój w obszarze usług napraw lokomotyw elektrycznych o najwyższych standardach jakości; realizowany w sposób przyjazny dla środowiska, zgodny z polityką bezpieczeństwa kolejowego, dający pełną satysfakcję klientom – operatorom kolejowym, w konsekwencji tworzenie optymalnych warunków ich użytkowania”.

Wizja

„Wiodąca firma tworząca przyszłość kolei. ZNLE S.A. w Gliwicach dąży do osiągnięcia pozycji lidera na polskim rynku w zakresie:



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

- jakości usług – produkcji, modernizacji, naprawy, serwisu pojazdów trakcyjnych,
- jakości obsługi klienta,
- profesjonalnego zarządzania”.

Piekarnia Adampol

Misja

„Misją naszej firmy jest dostarczanie mieszkańcom Świdnika i okolic świeżych wyrobów piekarniczych i cukierniczych na różne okazje, wyprodukowanych z najlepszych surowców wg tradycyjnych receptur przy wykorzystaniu najnowocześniejszych urządzeń...”

Wartością nadrzędną dla nas jest to, aby oprócz walorów smakowych nasze produkty były zdrowe, jak najbardziej naturalne. Stale rozszerzamy swoją ofertę, aby jak najbardziej urozmaicić listę naszych produktów. Naszym głównym celem nie jest wyłącznie zysk, ale także zadowolenie naszych klientów”.

Wizja

„Jak będzie wyglądać piekarnia Adampol za dziesięć, pięćdziesiąt, sto lat? Na pewno w wyrabianiu ciasta człowieka nie wyręczy komputer, pieczywa nie będziemy sprzedawać drogą elektroniczną ani rozwozić poduszkowcami. Z postępu naukowo-technicznego wybierzemy tylko to, co umiejętnie połączy piekarską tradycję z nowoczesną technologią”.

Załącznik nr 2:

Przykłady ćwiczeń

Ćwiczenie 1: Prowadzisz bar wegetariański. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.
✂
Ćwiczenie 2: Otworzyłeś kwiaciarnię. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.
✂
Ćwiczenie 3: Jesteś właścicielem salonu kosmetycznego. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.
✂



Scenariusz lekcji 1 – Cele działania przedsiębiorstwa

Ćwiczenie 4:

Jesteś producentem soków owocowych. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.



Ćwiczenie 5:

Jesteś producentem mebli kuchennych. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.



Ćwiczenie 6:

Jesteś właścicielem zakładu fryzjerskiego. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.



Ćwiczenie 7:

Jesteś producentem zabawek dla dzieci. Zaproponuj strategię działania własnego przedsiębiorstwa na rynku oraz wizję i misję.