

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/17190>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 3

Глава 1. Характеристика деятельности предприятия 5

1.1 Направления деятельности компании и организационная структура 5

1.2 Экономические показатели деятельности 11

Глава 2. Анализ управления предприятием 15

2.1 Анализ процесса управления предприятием 15

2.2 Оценка эффективности деятельности предприятия 25

Глава 3. Совершенствование электронной коммерции предприятия 27

3.1. Анализ системы электронной коммерции предприятия 27

3.2 Направления оптимизации электронной коммерции предприятия 30

Заключение 34

Список литературы 36

- прирост прибыли и доходности,
- текучесть персонала,
- прирост клиентской базы,
- другие.

В рамках проведенного исследования в организации ООО «Кровля-Изоляция» выявлено, что недостатком управления является отсутствие маркетинговой и рекламной стратегии, что мешает компании достичь стратегических целей для региональных рынков. Именно поэтому на современном этапе ООО «Кровля-Изоляция» пытается осуществлять политику экспансии рынка путем выполнения рекламной кампании. На предприятии не ведется постоянное исследование потребностей, опроса для выявления пожеланий потребителей, выявления новых вкусов, определения основных потребительских мотивов, чтобы знать какие потребности покупателей могут быть удовлетворены лучшим образом.

В 2016 году в магазине использовались следующие средства рекламы:

1. Наружная реклама – рекламный щит вблизи месторасположения магазинов площадью 3х6.
2. Полиграфия – рекламные листовки, которые распространялись среди целевой аудитории.

Очевидно, что на данном этапе предприятие применяет информативную рекламу, которая информирует о преимуществах продукции компании.

Следует отметить, что состав рекламоносителей на протяжении года не изменялся, месячный рекламный бюджет в 2016 году составил 25 тыс.руб.(таблица 7).

Таблица 7 - Затраты на рекламу в ООО «Кровля-Изоляция» «Саратов-Профиль» (в месяц)

Средства рекламы Сумма затрат в месяц, тыс.руб. Структура, %

Рекламный щит 16 64

Полиграфия, в т.ч. распространение 9 36

Всего 25 100

Исследование уровня организации магазина показало, что тут используются отдельные комплексы (группы взаимозависимых методов и средств) маркетинговой деятельности (разработка и предоставление ассортимента товаров исходя из изучения конъюнктуры рынка, анализ цен конкурентов, организация сбыта, реклама и стимулирования сбыта и др.), тем не менее, маркетинговая деятельность носит ограниченный характер и имеет ряд недостатков:

- ассортиментная политика характеризуется широкой дифференциацией, но не в полной мере отвечает

существующим потребностям рынка, инновационная деятельность в области сервиса не проводится;

- ценовая политика предусматривает использование затратного метода ценообразования с одинаковым уровнем наценки, абсолютно не используется ценовое стимулирование сбыта;
- маркетингово-сбытовые функции не выполняются надлежащим образом вследствие отсутствия планирования и контроля сбытовой деятельности в ООО «Кровля-Изоляция»;
- рекламная политика предприятия носит ограниченный характер и характеризуется отсутствием предыдущего исследования ситуации, контроля и оценки эффективности вложения средств в рекламу.

Анализ эффективности товарной политики говорит о необходимости пересмотра подходов к управлению категориями и привлечению высокопрофессиональных специалистов для развития данного направления. Анализ деятельности предприятия показал, что в ООО «Кровля-Изоляция» недостаточно усилий предпринимается для развития персонала, что отражается на текучести кадров и низком имидже компании на рынке работодателей. За 2016 год из компании ушло 11% специалистов, со стажем работы в организации более 5 лет.

Анализ рекламной деятельности выявил потенциал для активизации системы управления маркетингом и оптимизации коммуникативной политики с потребителем через современные рекламные средства. Таким образом, в ООО «Кровля-Изоляция» ведется достаточно систематизированная деятельность по управлению стратегическим развитием с использованием определенных методов: анализа конкурентов, поставщиков, положения на рынке, анализа ресурсного потенциала, анализа маркетинговой деятельности, разработке рекомендаций по продвижению компании. Однако наличие определенных внутренних управленческих проблем и сложная ситуация на рынке обуславливают необходимость реализовать мероприятия по совершенствованию деятельности компании и оптимизации управленческих процессов, повышению конкурентоспособности.

В процессе исследования выявлены следующие недостатки управления ООО «Кровля-Изоляция»:

- компания не имеет программы достижения стратегической цели по достижению лидерства на данном рынке;
- система управления развитием не обеспечена необходимой методологией,
- решения по стратегическому управлению чаще всего принимаются на основании интуиции, а не данных маркетингового анализа,
- не осуществляется предварительная оценка экономической эффективности реализации новых проектов, направленных на достижение стратегических целей компании,
- не достаточно внимания уделяется вопросам управления персоналом и повышению его эффективности.

7. Оценка эффективности, которая осуществляется руководством на основе сравнения плановых и достигнутых показателей, динамики доли на рынке и т.п.

2.2 Оценка эффективности деятельности предприятия

Оценка эффективности деятельности ООО «Кровля-Изоляция» осуществляется на основе исследования по самым разнообразным показателям, а также по уровню достижения поставленных стратегических, тактических и оперативных целей согласно следующим этапам (рис.4.).

Рисунок 4 - Этапы оценки эффективности управленческих мероприятий ООО «Кровля-Изоляция»

Так как специфика деятельности организации в большой степени ориентирована на сбыт товаров, то основную часть персонала составляют менеджеры, от профессионализма и эффективности работы в который в большой степени зависит доход компании. Именно поэтому в отношении данной категории работников осуществляется определенный спектр мероприятий по развитию, например, обучение (первичное и повторное), оценка, планирование карьеры. Однако, не всегда данные мероприятия осуществляются систематически и целенаправленно, а также с учетом профессионального подхода. ООО «Кровля-Изоляция» еще не в полной мере осознает значимость вклада в развитие персонала для повышения ее конкурентоспособности на рынке.

К основным показателям организации относятся:

- доля рынка,
- место в рейтинге конкурентов,
- рентабельность,

- доходность,
- прирост прибыли и доходности,
- текучесть персонала,
- прирост клиентской базы,
- другие.

В рамках проведенного исследования в организации ООО «Кровля-Изоляция» выявлено, что недостатком управления является отсутствие маркетинговой и рекламной стратегии, что мешает компании достичь стратегических целей для региональных рынков. Именно поэтому на современном этапе ООО «Кровля-Изоляция» пытается осуществлять политику экспансии рынка путем выполнения рекламной кампании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. – СПС ГАРАНТ, 2017.
 2. ФЗ «О рекламе» 13 марта 2006 года № 38-ФЗ. – СПС ГАРАНТ, 2017.
 3. Закон РФ № 2124-І «О средствах массовой информации» в ред. Федеральных законов от 13.01.95 N 6-ФЗ– СПС ГАРАНТ, 2017.
 4. Артюшина Е.В. Управления международными маркетинговыми коммуникациями / Вестник НГАСУ. 2013. С.15
 5. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2012. - 306 с.
 6. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, ликвидировать и побеждать. Изд-во.: Питер, 2012 г.
 7. Горева М.А. Электронная торговля как эффективный канал сбыта розничной компании // Интернет-маркетинг, 2013. - №2. – С.15-17
 8. Бугаев Л. Мобильный маркетинг. Как зарядить свой бизнес в мобильном мире. — М.: Альпина Паблишер, 2015
 9. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебное пособие для студентов / О. А. Кобелев. - Москва: Дашков и К^о, 2011. – 682 с.
 10. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 4-е европейское издание. – М.: «Кноорус», 2012. – 1200 с.
 11. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Проф. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2012. – 360 с.
 12. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. - 479 с.
 13. Маркетинг: учебное пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / [И. М. Синяева и др.]. - Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. - 383 с.
 14. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2013. – 335 с.
 15. Маркетинг в России 2016. Справочник Гильдии Маркетологов / Под общей редакцией И.С. Березина.-М.- 2016
 16. Мудров А.Н. Аксиомы рекламы: Практическое пособие. – М.: Магистр, 2011. – 462с.
 17. Прохорова М.В., Коданина А.Л. Организация работы интернет-магазина. Изд-во: Дашков, 2011 г.
 18. Сидорова О.В. Виды и организационные модели электронной коммерции // Креативная экономика. — 2012. — № 1 (61). — с. 95-100. — <http://old.creativeconomy.ru/articles/15318/>
 19. Скиба О. Д. Правовое регулирование электронной коммерции в международном праве [Текст] / О. Д. Скиба // Молодой ученый. — 2014. — №11.1. — С. 58-62.
 20. Ульяновский А. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума М.: ИНФРА-М, 2013, С.48
 21. Управление маркетингом: [учебник для вузов: перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Лидер, 2014. – 832 с.
 22. Шевченко Д.А. Электронная торговля: стартапИнтернет-магазина детской одежды // Маркетинг розничной торговли – 2013. - №2. – С.21-24
- Интернет-ресурсы:
23. Гришин С.«Шоколадное» партнерство: коалиционное сотрудничество программы лояльности «Связной-Клуб» с популярной сетью кофеен // <http://www.marketingnews.ru/article/26/>
 24. Нейромаркетинг и розничная торговля // <http://karonskiy.ru>
 25. Официальный сайт ООО «Кровля-Изоляция» // <http://ts-krovizol.ru/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/17190>