

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/34656>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Производственный менеджмент

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 3

Раздел 1. Общая характеристика предприятия 4

1.1. Характеристика предприятия 4

1.2. Направления деятельности 5

Раздел 2. Организация управления 12

Раздел 3. Процесс разработки стратегии и его оптимизация 14

Заключение 17

Список литературы 18

- дружественный интерфейс пользователь-расчетный код;
- текстовый ввод данных;
- ввод данных и отображение информации графическими средствами.

НИТИ готов выполнить следующие работы для отечественных и зарубежных заказчиков:

- отработка и испытания энергетического оборудования атомного машиностроения;
- разработка и создание тренажеров, имитаторов и моделирующих комплексов для подготовки и тренировки персонала, обслуживающего объекты атомной, тепловой энергетики и на транспорте;
- разработка и создание высоконадежных АСУ ТП различного назначения для непрерывных и потенциально опасных производств;
- разработка и создание систем контроля и управления АЭС;
- разработка и создание систем сбора, обработки и представления информации, диагностики состояния оборудования, информационной поддержки оператора.

Институт предлагает следующую наукоемкую продукцию:

- комплекс верифицированных расчетных программ для исследования теплогидравлических, нейтронно-физических стационарных и нестационарных процессов в ядерных энергетических установках;
- программные комплексы и системы автоматической генерации программ для математического моделирования различных технологических процессов на универсальных и персональных ЭВМ;
- приборы и системы контроля, управления и диагностирования объектов атомной и тепловой энергетики, а также технические средства и методы метрологического обеспечения испытаний, аттестации, калибровки, поверки и наладки измерительных каналов технологических параметров в атомной и тепловой энергетике;
- комплексные системы управления технологическим процессом в атомной и тепловой электроэнергетике (пульты и шкафы управления, отработанные и налаженные на специальном испытательном полигоне);
- малоотходную технологию дезактивации оборудования корабельных ЯЭУ и АЭС;
- автоматизированный хроматограф для непрерывного анализа растворенных газообразных и легколетучих органических веществ;
- автоматизированные системы радиационного контроля;
- водно-химические лаборатории приборного типа.

Предлагаемая институтом продукция прошла соответствующую аттестацию и сертификацию.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Структура института включает в себя:

- дирекцию НИТИ;
- комплекс экспериментальных энергетических реакторов;

- научно-промышленный центр атомной энергетики;
- отделение динамических исследований;
- отдел нейтронно-физических исследований;
- отдел теплофизических исследований;
- отдел химико-технологических и материаловедческих исследований;
- отдел экспериментальных исследований методов и средств измерений;
- отделы ядерной и радиационной безопасности;
- отдел Главного конструктора СКУ АЭС;
- конструкторский отдел.

Численный состав работающих - 2174 чел., в том числе имеющих ученую степень доктора наук - 6 чел., кандидата наук - 61 чел. Средний возраст работающих - 45 лет, в том числе ученых (кандидаты и доктора наук) - 52 года, специалистов - 45 лет.

Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

В данном предприятии организационная структура управления представлена функциональным типом, что обусловлено широким спектром задач его деятельности.

Стратегическое управление организацией осуществляется на основе принятых Дирекцией стратегических планов на 5 лет и 1 год.

Планы разрабатываются не только для всей организации в целом, но и для каждого структурного подразделения.

РАЗДЕЛ 3. ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ И ЕГО ОПТИМИЗАЦИЯ

Процесс разработки стратегии развития организации можно представить в следующем виде (рис.2.):

Рисунок 2 - Процесс разработки маркетинговой стратегии компании

Разработка маркетинговой стратегии начинается с анализа внешнего и внутреннего окружения. На этапе ее реализации компании нужно определить ее слабые места и потенциал их нивелирования.

Анализ условий воздействия на организацию может сформировать основу для принятия дальнейших стратегических решений. В формате PEST-анализа компания может оценить, какие из факторов внешней среды (политические, правовые, социальные или технологические) являются доминирующими и стратегически важными для разработки новой маркетинговой стратегии и антикризисного управления. Очень важным инструментом для такого исследования является SWOT-анализ.

Данный метод может быть использован любой компанией с целью определения современного положения на рынке и возможностей дальнейшего развития, новой стратегии развития.

SWOT-анализ – это квадрат, в котором эксперты предприятия и отрасли определяют сильные и слабые стороны деятельности компании, а также рыночные возможности и угрозы ее развития. Каждому фактору дается детальная оценка и представляется возможность определить какие негативные стороны деятельности компании, мешающие ей развиваться, могут быть устранены за счет сильных сторон и рыночных возможностей. Компания может понять в каком направлении имеет смысл увеличить усилия, чтобы реализовать потенциал и достичь нужных рыночных целей.

Данный инструмент является одним из основных при принятии решения о новой стратегии развития или антикризисных мероприятиях.

SWOT-анализ – это, своего рода, карта возможного развития компании с учетом сложившейся ситуации и имеющихся трендов.

В результате проведенного анализа компания может выявить несколько альтернатив для дальнейшего антикризисного управления.

Выбор альтернатив осуществляется на основании оценки ресурсного потенциала (рис. 3.):

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич И.Л. Маркетинг. Учебное пособие /И.Л. Мудров. - М.: Высшая школа, 2013.

2. Алексунин А.К. Маркетинг /А.К.Алексунин. - М: Дашков и К., 2014.
3. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник. – М. :Юрайт , 2012. - 711 с.
4. Барышева А. В. Инновации: учебное пособие. – М. : Дашков и К°, 2010. - 380 с.
5. Батьковский А.М. Общая характеристика инновационной деятельности экономических систем // Экономические отношения. — 2012. — № 1 (3). — с. 3-9.
6. Босчаева З.Н., Коган М.В. Оценка эффективности деятельности малых предпринимательских структур // Вестник АГТУ. Серия: Экономика . 2011. №2. С.41
7. Вигдорчик Е.А., Липсиц И.В. Маркетинговые стратегии для российских компаний. Учебное пособие./ Е.А. Вигдорчик, И.В. Липсиц И.В.- М.: ГУ ВШЭ, 2012.
8. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. – Москва: Дашков и К°, 2012. – 671 с.
9. Гравшина И. Н. Конкурентная стратегия в системе управления конкурентоспособностью предприятия [Текст] / И. Н. Гравшина // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 296-298.
10. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Сильная стратегия предприятия. Разработка и реализация. // Стратегический менеджмент. – 2014. - №4, с. 304-314
11. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок./Ф. Котлер, Пер с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.
12. Лукина О.А., Ивасенко А.Г. Разработка стратегии антикризисного управления современного предприятия // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4-3. – С. 517-517
13. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Проф. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 360 с.
14. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. - 479 с.
15. Маркетинг: учебное пособие по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – Москва: Инфра-М, 2010. – 420 с.
16. Маркетинг: [перевод с английского] / Роман Хибинг, Скотт Купер. – Москва: Эксмо, 2010. – 846 с.
17. Мерзликин Г.С., Производственные аллокации в кризисном управлении промышленным предприятием // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия:Экономика – 2014. - , № 3, с. 7-16
18. Саакян В. А. Сущность и типология стратегий предприятий // Молодой ученый. — 2015. — №15. — С. 415-419.
19. Самсонова М. В. Статистические методы в управлении процессами организации / М. В. Самсонова // Методы менеджмента качества. — 2013. — № 2. — С. 50-51
20. Спирина А. М. Характеристика теоретических подходов к стратегическому планированию на предприятии / А. М. Спирина // Молодой ученый. - 2012. - №1. Т.1. - С. 144
21. ТрушЮ. Л. Стратегия управления качеством продукции // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 439-442.
22. Официальный сайт // <http://www.niti.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/34656>