

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/35599>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

-

3. ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

Отчет о выполнении индивидуального задания

1. Организационно-экономическая характеристика ООО "Киномакс-Ярославль"

ООО «Киномакс» дата регистрации предприятия 29 Сентября .2006. Место нахождения ООО «Киномакс» предприятия (юридический адрес): 150060, Ярославская область, город Ярославль, Ленинградский проспект, д. 123 ТЦ «Альтаир»

Основной вид деятельности акционерного общества производство фильмов:

- Кино (прокат)
- Кино (показ)
- Рестораны и кафе
- Бары
- Рекламные услуги
- Аудиторские услуги
- Театры кукольные, родео, тир

Вспомогательные виды деятельности:

- Рыночная конъюнктура (исследования)
- Изучение общественного мнения

Прежде всего, "КИНОМАКС" - компания инноваций. Залы сети "КИНОМАКС" всегда оснащены по последнему слову техники. Компания применяет оптимальную репертуарную политику с учётом зрительских предпочтений. "КИНОМАКС" представляет один из самых широких в России спектров развлекательных услуг. Высокие стандарты обслуживания - визитная карточка сети.

Компания проводит гибкую ценовую политику и внедряет эффективные программы лояльности.

"КИНОМАКС" - социально ответственная компания.

"КИНОМАКС" сегодня:

- 30 000 зрительских мест.
- 10 млн. зрителей в год 25% - доля кинопоказа в федеральных сетях.
- Кинотеатры «КИНОМАКС» существуют под единым брендом и расположены в 22 городах России.

Кинотеатр Киномакс Ярославль - это место, где можно получить самые приятные впечатления от просмотра фильмов. Кинотеатр оснащен шестью комфортабельными залами, общей вместительностью 1227 мест. Удобные мягкие кресла с подстаканниками для напитков, приветливый персонал, широкие проходы между рядами позволяют полностью окунуться в мир кино. Групповые скидки, скидки для школьников, студентов, детей и пенсионеров, бонусная накопительная карта.

2. Оценка формирования корпоративной культуры персонала ООО "Киномакс-Ярославль"

Корпоративная культура должна быть основана на уважении к каждому человеку. Важно, чтобы каждый человек был уважаем, понимал, что занимается ценным делом. Важно, чтобы молодежь хотела работать на ООО "Киномакс-Ярославль". Нужно гордиться своей компанией. В тех компаниях, где удастся повысить культуру - люди работают лучше. И это в целом улучшает ситуацию.

Организационная культура на ООО "Киномакс-Ярославль" основана на принципе индивидуализма - на учете индивидуальных особенностей работников компании. Современный бизнес находится на этапе расцвета индивидуализма, поэтому гендиректору необходимо понимать психологию человека. Лишь личности смогут формировать истинный коллектив, поэтому важно уважать, ценить своих сотрудников. При этом по возможности лучше избавляться от нерадивых сотрудников, которые не заслуживают уважения. В условиях динамичности современного бизнеса

на перевоспитание практически нет времени. Необходимо мотивировать работников. Порой высказывается мнение, что патриотизм к компании прививает известный бренд, но оно оказывается ошибочным. Формироваться и укрепляться общий корпоративный дух будет при понимании достигнутых результатов всем коллективом.

Из общего количества работающих средний возраст РСиС составляет 42,1 года, средний возраст рабочих 39,7 лет (в 2014 г. 42,1/39,4 соответственно). В составе вновь принятых рабочих 66% составляет молодежь в возрасте до 25 лет. За отчетный период уволилось 12 119 человек, текучесть рабочих кадров в отчетном году составила 6,9%. Общее сокращение численности в ООО "Киномакс-Ярославль" составило 2,6%.

В течение 2015 г. проводилась работа по повышению квалификации персонала акционерного общества. Переподготовлено и обучено вторым смежным профессиям 18 человек, повысили свою квалификацию 13 человека, прошли обучение на курсах в учебном центре ООО "Киномакс-Ярославль" и в других учебных заведениях 14 человек руководящих работников, специалистов и служащих.

3. Совершенствование развития корпоративной культуры персонала ООО "Киномакс-Ярославль"

Офис компании, без преувеличения, должен стать для сотрудников вторым, а, для многих, и первым, домом, в котором действуют свои правила и существуют определенные цели. Соответственно, и взаимоотношения между членами коллектива должны быть такими, чтобы они понимали друг друга без слов, а вероятность возникновения конфликтов была сведена к минимуму.

Корпоративная культура это целая модель поведения и взаимоотношений, которая не сводится к простому уставу или своду правил. Она не может быть универсальной и должна учитывать специфику деятельности компании, состав коллектива ее сотрудников, взаимоотношения с клиентами и ряд других важных моментов.

В любом коллективе неизбежно происходит формирование взаимоотношений и правил, появляются свои лидеры и те, на ком, как говорят, «можно ездить». Если этот процесс пущен на самотек, то его результат может быть негативным в плане эффективной работы компании. Поэтому необходимо изначально формировать корпоративную культуру в том русле, которое выгодно руководителю. Любую проблему проще предусмотреть заранее, чем потом заниматься ее разрешением.

Свобода. Каждому человеку жизненно необходимо ощущение свободы, иначе личность, зажатая в неприемлемые ей рамки, придет к внутреннему конфликту. Должно быть мягкое ограничение личной свободы общими ценностями и целями компании. При большем ощущении свободы в компании, тем вернее сотрудник будет следовать принципам коллектива.

Справедливость. Организационная культура предназначена для объединения сообщества людей. Все мероприятия и правила должны подчеркивать равенство свобод и привилегий сотрудников независимо от их должностей.

Общечеловеческие духовные ценности. Не приводите к внутреннему конфликту сотрудников в выборе между общечеловеческими духовными ценностями и вашей корпоративной культурой.

Рекомендуются следующие приемы реализации культуры в организации.

Размещение ценностей корпоративной культуры, правил и лозунгов в различных сообщениях, брошюрах, на стендах, страницах СМИ.

Регулярное проведение выступлений руководством компании, во время которых подробно рассматривает корпоративные ценности, правила и цели организации.

Сотрудников, которые наиболее отличились, следует приглашать на традиционные обеды с первым лицом компании, поощрять их деятельность ценными подарками, учитывая их индивидуальные предпочтения. Даже простое обращение к рядовому работнику по имени и отчеству входит в перечень примеров эффективной нематериальной мотивации.

Применяя различные методы и способы нематериальной мотивации персонала, следует учитывать специфику основной части коллектива. Если большую часть коллектива составляет женская аудитория, то вполне подойдет использование гибкого графика труда, как одного из основных способов стимуляции. В работе тех компаний, где в основном трудится молодежь, популярными способами нематериального воздействия для повышения производительности будет организация и проведение корпоративных праздников и совместных экскурсий, а вовсе не оплата медицинских страховок

За заслуги. Оценка заслуг сотрудника используется как индикатор работы. Каждый служащий оценивается обычно как превосходный, хороший, средний или бедный по следующим способностям:

- коммуникабельность;
- человеческие взаимоотношения, включая лидерство и мотивацию;
- знания;
- суждения;
- умственные способности.

Для оценки мотивации персонала применяется несколько известных теорий мотивации. Эти теории могут быть разделены на две группы. Первую группу можно назвать «факторными теориями». В этих теориях исследуются всевозможные факторы, которые приводят к мотивации персонала. Вторая группа, это так называемые «процессные теории». Процессные теории пытаются объяснить, каким образом мотивация персонала связана с поведением.

Теории из первой и второй групп применяются для оценки мотивации персонала, но для разных этапов внедрения СМК и для целей разного уровня. Оценка мотивации строится на основе положений этих теорий.

К наиболее известным и часто применяемым факторным теориям можно отнести:

Теория иерархии потребностей А. Маслоу. Согласно теории Маслоу, потребности человека выстраиваются в виде иерархии (принцип иерархии) и обычно отображаются в виде пирамиды.

На самом нижнем уровне пирамиды находятся первичные потребности человека. За счет выполнения ряда последовательных шагов по удовлетворению потребностей человека (принцип прогресса), повышается его мотивация и возникает потребность в достижении нового уровня (принцип дефицита). Всего Маслоу выделяет пять уровней потребностей человека: физиологические потребности, потребности в защищенности, социальные потребности, потребности признания и потребности развития. Мотивация человека осуществляется за счет работы указанных трех принципов.

Выводы по практике

Корпоративная культура - сложная, многоуровневая структура, охватывающая практически всю внутреннюю среду любой организации, она базируется на общей, национальной культуре, на её основе развиваются стратегия и философия, ценности и верования, сознательно разделяемые работающими вместе людьми. Всё вышеперечисленное находит своё отражение в архитектуре и инфраструктуре здания, особенностях оформления рабочих мест, стиле одежды, манере общения, психологическом климате в коллективе, технологии производства и т.п. С одной стороны, корпоративная культура представляет собой «питательную среду» для формирования трудового потенциала, с другой, является результатом его реализации.

-

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/35599>