

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/48057>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент организации

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСТОРАНА «ИМПЕРИЯ» 4

2 АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ РЕСТОРАНА 5

3 СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ 7

4 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ РЕСТОРАНОМ 13

5 МЕТОДЫ И ФОРМЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ 22

6 АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ 24

7 АНАЛИЗ НЕОБХОДИМОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ 26

8 ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ 28

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 30

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 31

Введение

Целью практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является приобретение практических знаний по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачами учебной практики выступают:

- формирование и развитие у студентов первичных профессиональных умений и навыков в сфере сбора и анализа данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей;
- интегрирование основ экономических знаний, полученных в рамках экономических дисциплин, использование их для решения аналитических, научно-исследовательских и управленческих задач;
- участие в принятии управленческих решений, направленных на поиск оптимальной стратегии развития хозяйствующего субъекта;
- формирование первичных умений и навыков по сбору, анализу и обработке данных необходимых для решения задач в сфере управления предприятиями городского хозяйства;
- формирование первичных умений и навыков решения аналитических и исследовательских задач с использованием современных информационных технологий;
- формирование первичных умений и навыков по использованию научного подхода к решению актуальных проблем экономики.

1 Характеристика ресторана «Империя»

Ресторан – наиболее комфортабельное предприятие общественного питания, которое представляет посетителям ассортимент высококачественных кулинарных и кондитерских изделий сложного приготовления и напитков.

Вместительный ресторан с количеством посадочных мест от 100 человек. Ресторанное меню можно охарактеризовать как эклектичное. В нем перемешались русская, европейская и японская кухни. Ресторан «Империя» - это ресторана среднего класса. Клиентами ресторана выступают люди со средним уровнем дохода.

Предприятие работает на коммерческой основе, а потому основной целью имеет получение прибыли. Ресторан занимается изготовлением кулинарной продукции, широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления, их реализацией, организацией потребления, оказанием услуг в сфере общественного питания, реализацией покупных товаров и винно-водочных изделий, организацией отдыха клиентов.

В ресторане есть письменные стандарты (инструкции) для персонала, которые фиксируют функциональные обязанности и установленные правила работы. Персонал ресторана носит форменную одежду. Постоянно проводится занятия по повышению квалификации и по профессиональной подготовке. Персонал ресторана проходит периодическое медицинское освидетельствование, запись которого производится в санитарной книжке и санитарном журнале.

2 Анализ внешней среды ресторана

В ходе работы был проведен SWOT-анализ деятельности ресторана. При этом факторы маркетинговой среды ресторана разделяли на внутренние и внешние и анализировали их с позиций положительного или отрицательного влияния на деятельность фирмы. SWOT-анализ Ресторана представлен в табл. 1.

Исходя из данных таблицы, следует что, ресторан имеет достаточно крепкую и стабильную позицию на рынке; многие из перечисленных возможностей, стоящих вполне осуществимы в ближайшем будущем, а это позволит компании развиваться и, используя свои сильные стороны, вести грамотную политику и конкурентную борьбу.

Ресторан, с одной стороны, не располагает большими финансовыми ресурсами, поэтому они не могут нанять персонал самой высокой квалификации и развернуть подавляющую конкурентов рекламную кампанию. С другой стороны, в этом бизнесе всю маркетинговую работу уже не может выполнить один человек. Здесь собирать маркетинговую информацию и принимать маркетинговые решения приходится разным людям, поэтому возникает потребность в организации маркетингового отдела или службы на предприятии.

Руководство ресторана осознает, что отстает от конкурентов по уровню организации бизнес-процессов в области маркетинга и что это отставание представляет угрозу бизнесу. В этом случае у предприятия просто нет времени, чтобы развиваться эволюционным путем: вводить какое-либо изменение и ждать, когда благодаря этому появится устойчивый эффект. Необходима своего рода революция - ряд действий, эффект которых будет ощутим только через некоторое время. А для успеха такой революции нужна четкая программа действий, которая и будет подробно разработана в третьей главе данной дипломной работы и будут даны соответствующие практические рекомендации.

3 Система управления организационными процессами

Организационная структура ресторана представлена на рисунке 1. Таким образом, организационная структура управления ресторана линейно-функциональная, которая в принципе является наиболее распространенной в настоящее время.

Всем процессом управляет управляющий рестораном «Империя», он же делегирует задачи, а вместе с ними и полномочия каждому конкретному подразделению.

Рисунок 1 - Организационная структура ресторана «Империя»

В свою очередь, подразделения и звенья ресторана «Империя» принимают на себя обязательства по выполнению этих задач и несут ответственность перед руководителем в рамках занимаемой должности. последовательности.

Первый этап. Анализ организационно-регламентирующего обеспечения системы менеджмента.

Основной документацией являются: Положение об организационной структуре ресторана «Империя», должностные инструкции и положения о подразделениях, штатное расписание.

Таким образом, «Империя» имеет определенную систему организационно-регламентирующих документов, закладывающая основу системы менеджмента в организации.

Второй этап. Анализ целостности объекта управления

Долгосрочной целью или стратегическим видением «Империя» является лидерство на рынке общественного питания.

Краткосрочной целью «Империя» является повышение доходности предприятия.

«Империя» - это целостный объект управления. Направления работы этого предприятия не только не являются взаимоисключающими, а являются соответствующими и даже друг с другом неразрывными. Каждое направление реализует не одно, а несколько линейных подразделений организации, поэтому связь между ними имеет взаимообусловленный характер. Также они очень взаимосвязаны с функциональными подразделениями организации.

1. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. - М.: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2016. - 144 с.
2. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление / Р.И. Бунеева. - М.: Феникс, 2016. - 368 с.
3. Запечников, С. В. Криптографические протоколы и их применение в финансовой и коммерческой деятельности / С.В. Запечников. - М.: Горячая линия - Телеком, 2014. - 320 с.
4. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. - М.: Академия, 2014. - 272 с.
5. Коммерческая деятельность / И.М. Синяева и др. - М.: Юрайт, 2014. - 506 с.
6. Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности. - М.: Феникс, 2016. - 136 с.
7. Оканова, Т. Н. Налогообложение коммерческой деятельности / Т.Н. Оканова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 288 с.
8. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 500 с.
9. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 248 с.
10. Пономарева, З. М. Деловые игры в коммерческой деятельности. Темы «Аукцион», «Биржа». Практикум / З.М. Пономарева. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 184 с.
11. Тихомиров, М. Ю. Договоры в коммерческой деятельности / М.Ю. Тихомиров, О.М. Оглоблина. - М.: Издание Тихомирова М. Ю., 2016. - 320 с.
12. Фомин, Г. П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности / Г.П. Фомин. - М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2013. - 640 с.

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/48057>