

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/55094>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

ОГЛАВЛЕНИЕ

Основная часть 3

1. Характеристика предприятия 3

1.1. История компании 3

1.2. Организационно-правовая форма 6

1.3. География охвата 7

1.4. Коммерческие и маркетинговые показатели 7

1.5. Миссия и стратегия 10

2. SWOT-анализ 13

2.1. PEST-анализ 13

2.2. Краткий анализ отрасли 14

2.3. Анализ конкурентной среды и конкурентных позиций компаний 15

2.4. Ключевые факторы успеха 17

2.5. Анализ маркетинговой деятельности 18

2.6. Анализ логистической деятельности организации 22

2.7. SWOT-анализ 23

Заключение 27

Список литературы 28

Приложение А 30

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Характеристика предприятия

1.1. История компании

Компания МТС образована, как закрытое акционерное общество, в октябре 1993 года такими компаниями, как ПАО «Московская городская телефонная сеть» (МГТС), Deutsche Telecom (DeTeMobil), Siemens и ещё несколькими акционерами. Четырём российским компаниям принадлежало 53 % акций, двум немецким компаниям — 47 %.

В феврале 1999 года МТС впервые в России запустила сети совмещенных стандартов GSM-900/1800. МТС успешно завершила тестовые испытания WAP-услуг.

Зона действия сотовой сети GSM МТС и ее дочерних компаний — 17 регионов РФ. В 1999 году сети МТС начали работать в Курске, Белгороде, Липецке, Воронеже и Брянске. Еще в 12 регионах (Москва, Московская Владимирская, Тульская, Рязанская, Калужская, Псковская, Тверская, Костромская, Смоленская, Орловская области, а также в республике Коми) сети были запущены ранее.

МТС — первой на российском рынке — удалось в полном объеме реализовать принцип зонной тарификации. Среди других значимых нововведений — установление посекундной тарификации (после 1-ой минуты), отмену оплаты за входящие внутрисетевые звонки в сети МТС.

В феврале МТС приобрела 25,01 % доли в уставном капитале своей дочерней компании ООО «Дагтелеком» и довела свою долю в ООО «Дагтелеком» до 100 %.

В феврале 2009 года бренд МТС вышел на рынок Индии — компания Shyam Telelink, дочерняя компания АФК «Система», получила возможность использовать бренд МТС в собственных имиджевых и рекламных коммуникациях на территории Индии. В июле 2009 года количество пользователей бренда МТС в семи странах мира превысило сто миллионов.

В марте МТС завоевала золотую награду престижной премии в области управления персоналом «HR-бренд 2008», которой награждаются лучшие работодатели России по итогам года. Высшую награду компания получила в номинации «Международный проект», представив комплексную HR-программу «Больше, чем любовь», направленную на максимальное эмоциональное вовлечение сотрудников в жизнь компании.

В июле 2009 года МТС запустила в Башкирии уникальный пилотный проект по предоставлению комплексного решения для подключения мобильной, фиксированной связи и высокоскоростного Интернета

в одном пакете, с возможностью оплаты услуг по единому счету.

В октябре МТС сообщила о приобретении 50,91 % доли уставного капитала ОАО «КОМСТАР — Объединенные ТелеСистемы», ведущего оператора интегрированных телекоммуникационных услуг в России и СНГ. МТС представила новую стратегию развития компании 3i, согласно которой ключевыми драйверами роста и развития компании стали «инновации, интеграция, Интернет». В октябре «МТС Узбекистан» получила разрешение на использование имеющегося у компании диапазона частот для строительства сети LTE в Узбекистане.

В январе 2018 года МТС и страховая компания «Зетта Страхование» объявили о запуске страхования денежных средств в сервисе «Кошелек МТС Деньги» от рисков хищения.

В январе МТС объявила о приобретении компании Praliss Enterprises, управляющую одним из лидирующих киберспортивных клубов мира Gambit Esports.

В феврале 2018 года МТС и Ericsson подписали соглашение о создании в Республике Татарстан совместного Центра исследований и разработок для создания и вывода на российский и глобальный рынки инновационных продуктов и решений на основе технологий 5G и IoT.

В феврале МТС приобрела двух ведущих российских билетных операторов на рынке культурно-развлекательных мероприятий: 100% в ООО «МДТЗК» (бренд Ticketland.ru) и 78,2% долю в компании Cubichall – 100% владельце ООО «Культурная служба» (бренд «Пономиналу.ру»).

В марте МТС инвестировала в развитие Ozon Holdings Limited 1,15 миллиарда рублей в рамках допэмиссии компании.

В марте 2018 года МТС объявила о старте продаж комплексного облачного решения для малого и среднего бизнеса – «МТС Касса» – с бесплатной связью, программным обеспечением и услугами оператора фискальных данных.

В апреле МТС и АО «Группа компаний «Медси» запустили телемедицинскую платформу SmartMed для дистанционных консультаций с врачами и хранения электронной медицинской карты в защищенном сегменте «облака» #CloudMTC с моментальным доступом со смартфона.

В апреле МТС с Ericsson объявили об открытии в Республике Татарстан совместного Центра исследований и разработок для создания и вывода на российский и глобальный рынки инновационных продуктов и решений на основе технологий 5G, IoT и Big Data.

В апреле МТС подписала с рядом администраций городов Татарстана соглашений о развитии цифровой инновационной инфраструктуры в регионе, а также соглашение с "КАМАЗ" о развитии сетей мобильной связи для беспилотных автомобилей и промышленных решений IoT.

В апреле МТС подписала соглашение с администрацией Санкт-Петербурга о стратегическом партнерстве в рамках реализации программ, направленных на развитие инновационной инфраструктуры Санкт-Петербурга.

В апреле МТС запустила услуги WiFi Calling и VoLTE на iPhone в Москве и столичном регионе.

В апреле 2018 года МТС запустила облачный сервис для хранения и обработки персональных данных. В основе сервиса — выделенный защищенный сегмент облака #CloudMTC.

В мае МТС дополнительно увеличила долю в Ozon Holdings Limited до 16,7 процента через серию сделок с миноритарными акционерами.

В мае МТС разместила первые в России коммерческие облигации на 750 миллионов рублей с помощью смарт-контрактов на основе технологии блокчейн.

В мае МТС совместно с Ericsson и Qualcomm Technologies запустила в Республике Башкортостан первую в Восточной Европе и России коммерческую высокоскоростную LTE-сеть гигабитного класса с поддержкой технологии LAA, обеспечив скорости передачи данных до 979 Мбит/сек.

В мае 2018 года МТС и Банк России объявили о подписании соглашения о сотрудничестве в сфере информационной безопасности и противодействия компьютерным атакам на базе Центра мониторинга и реагирования на компьютерные атаки в кредитно-финансовой сфере (ФинЦЕРТ).

В мае МТС объявила о подписании двух кредитных соглашений с Банком ВТБ на общую сумму 50 миллиардов рублей, которые направлены на рефинансирование действующих кредитов и общекорпоративные цели.

Клиентами компании являются мужчины и женщины в возрасте от 10 до 90 лет, имеющие потребность в услугах связи и доступа к интернету.

1.2. Организационно-правовая форма

Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (ПАО «МТС») – ведущая компания в России и

странах СНГ по предоставлению услуг мобильной и фиксированной связи, доступа в интернет, кабельного и спутникового ТВ-вещания, цифровых сервисов и мобильных приложений, финансовых услуг и сервисов электронной коммерции, а также конвергентных ИТ-решений в сфере системной интеграции, интернета вещей, мониторинга, обработки данных и облачных вычислений. Предоставляя инновационные услуги и решения, МТС вносит значимый вклад в экономический рост и улучшение качества жизни десятков миллионов людей в странах присутствия.

Организационная структура управления представлена в приложении А.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. – СПС ГАРАНТ, 2011.
2. Федеральный закон Российской Федерации «О связи» 126-ФЗ // Консультант Плюс
3. Аниськина Н.В. Языковые особенности и структура текста в радиорекламе/Н.В. Аниськина //Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2015. – Т. 16. – № 1. – С. 69-73.
4. Артюшина Е.В. Управления международными маркетинговыми коммуникациями / Вестник НГАСУ. 2013. С.15
5. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. 3-е изд./И.С. Березин. - М.: Вершина, 2015.
6. Багиев Г.Л., Мефферт Х. (научная редакция). Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2015.
7. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия: Учебник для вузов. – СПб.: Астерион, 2015.
8. Борушко Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2012. - 306 с.
9. Брагин Л.А. Технология розничной торговли / Л.А. Брагин Л.А. – М.: Издательский центр «Академия», 2014.
10. Вигдорчик Е.А., Липсиц И.В. Маркетинговые стратегии для российских компаний. Учебное пособие./ Е.А. Вигдорчик, И.В. Липсиц И.В.- М.: ГУ ВШЭ, 2014.
11. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. – Москва: Дашков и К^о, 2016. – 671 с.
12. Давтян А. Особенности привлечения внимания потребителя к рекламе. //Реклама. Теория и практика. – 2015. - № 2. – С. 14.
13. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: Учебник. – М., 2016.
14. Кухтинова Л.Г. Маркетинг в сфере социальных услуг и формирование информационной экономики // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2011. №4. С.183-190.
15. Карпеко О. И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2015. – 414 с.
16. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 4-е европейское издание. –М.: «Вильямс», 2016 – 1200 с.
17. Основы маркетинга. Теория и практика: [учебное пособие] / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 381 с.
18. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы: Учебник. – М., 2015.
19. Сердобольская И.О. Практикум по курсу «Маркетинг-менеджмент услуг». Для магистрантов II курса направления «Менеджмент» программы «Маркетинг» / И.О. Сердобольская. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013.
20. Улезлова Л.В. Структура, тенденции и факторы развития рынка отрасли телекоммуникации и связи // Проблемы Науки. 2017. №13 (95). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-tendentsii-i-factory-razvitiya-rynka-otrasli-telekommunikatsiy-i-svyazi> (дата обращения: 28.01.2019)
21. Ульяновский А. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума М.: ИНФРА-М, 2013, С.48
22. Умаров М.Ю. Новая реклама. // Маркетинг услуг. – 2015. - № 1. – С. 19.
23. Уорд Т. Проблемы маркетинга отношений при обслуживании потребителей // Маркетинг услуг. – 2014. - №1. – С.17-21
24. Официальный сайт ПАО «МТС» // <https://www.mts.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/55094>