

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/56410>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Государственное регулирование экономики

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ 6

2. РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА 12

3. ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ В РАМКАХ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ 14

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 18

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 20

ПРИЛОЖЕНИЯ 22

ВВЕДЕНИЕ

Во время прохождения учебной практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами компетенций практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению подготовки, а также сбор необходимого материала для выполнения курсовой работы.

Целями практики являются:

- 1) подготовка студента к выполнению в условиях реального производственного и управленческого процессов ключевых видов профессиональной деятельности менеджера;
- 2) Сбор информации для написания курсовой работы.

Задачи практики:

- развитие способностей студента к самостоятельной деятельности в сфере управления: организаторских, аналитических, коммуникативных, исследовательских, самоорганизации и самоконтроля;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативно-технических документов для решения отдельных задач управления в организации по месту прохождения практики;

В результате прохождения практики студенты закрепляют теоретические знания:

- об основных положениях экономической теории, теориях в области управленческих и социальных наук;
- о структурах и тенденциях развития российской и мировой экономик, многообразии экономических процессов и их связи с другими процессами, происходящими в обществе и на рынке;

формирует и закрепляет умения и навыки в области:

- осмысления в условиях практической деятельности содержания профессионального образования в области менеджмента;
- реализации общих и специальных функций по управлению организацией;
- развития управленческой культуры менеджера.

Процесс организации и прохождения практики был направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1 - умение определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения;

ПК-2 - владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

ПК-3 - умение применять основные экономические методы для управления государственным и муниципальным имуществом, принятия управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных (муниципальных) активов;

ПК-4 - способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования;

ПК-23 - владение навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций;

ПК-24 - владение технологиями, приемами, обеспечивающих оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам;

ПК-25 - умение организовывать контроль исполнения, проводить оценку качества управленческих решений и осуществление административных процессов;

ПК-26 - владение навыками сбора, обработки и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций;

ПК-27 - способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления.

Место прохождения практики: ООО «ТД «Эксимпак-Ротопринт».

1. Общая характеристика организации

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «ТД «Эксимпак-Ротопринт» - лидер в области производства термоусадочной этикетки в России. Полный цикл производства — экструзия плёнки, дизайн-студия, глубокая печать, финишная обработка и лаборатория. Компания оказывает комплекс услуг по внедрению термоусадочной этикетки в полном объёме, включая подбор и постановку оборудования «под ключ» и техническое сопровождение проекта .

Адрес: РФ, г. Всеволожск, Всеволожский проспект, д.120

Телефон: +7(812)6762410

Спектр продуктов и услуг компании:

- этикетка из термоусадочной пленки с многоцветной печатью для декорирования продукции в любой по сути жесткой таре (бутылках, банках, контейнерах, флаконах, стаканчиках и т.п.). Для производства этикетки компания использует различные термоусадочные PVC, PET, OPS, PLA пленки ведущих мировых производителей. Эти материалы отличаются по своим усадочным свойствам, термочувствительности и экологичности;

- круговая БОПП этикетка для цилиндрической части бутылки или корпуса банки, которая широко используется производителями лимонадов, соков, минеральных вод и других прохладительных напитков при упаковке, как правило, в пластиковую тару. Круговая этикетка (wgar — around) может быть напечатана на прозрачной БОПП пленке с внутренней стороны или снаружи на жемчужно-белой, или металлизированной. Она не подвержена разрушению, не деформируется от воды, устойчива к механическим, химическим, температурным воздействиям, сохраняя высокое качество рисунка;

- термоусадочная этикетка для пластиковых стаканчиков. Термоусадочная этикетка — это современное решение для стаканов самых разных форм и размеров — конических, овальных, квадратных; специалисты помогут клиентам подобрать оптимальное решение конкретно под конкретный проект;

- термоусадочная полиолефиновая пленка с печатью для производителей пищевой, молочной, кондитерской продукции, бытовой химии, косметики, фармацевтики и др. Термоусадочная ПОФ пленка используется для индивидуальной и групповой упаковки продукции и имеет ряд неоспоримых достоинств, наиболее важные из которых — это возможность контакта непосредственно с пищевыми продуктами и стойкость к маслам, жирам и растворителям. Кроме того, эта пленка характеризуется высокой прочностью на удар и разрыв, быстрой и легкой усадкой, отсутствием запаха при усадке и хранении, (температурный предел хранения до $\pm 32^{\circ}\text{C}$), сопоставимой с другими видами термоусадочных пленок ценой, благодаря низкому удельному весу;

- термоусадочные колпачки для дополнительной защиты от вскрытия для стеклянной тары с «твист-крышками», полипропиленовой или ПЭТ тары с защелкивающими, резьбовыми или другими крышками. Для удобства потребителя, колпачки могут иметь горизонтальную и вертикальную перфорацию. Колпачки придадут продукции большую привлекательность и узнаваемость, повысят ее востребованность на рынке;

- термоусадочный декоративный бесшовный рукав — высококачественное покрытие, расширяющее возможности в производстве. Его применяют производители карнизов, труб, поручней, ручек, черенков для лопат, садового и домашнего инструмента из металла, пластмассы, дерева. Рукав может быть окрашенным в массу или с различной фактурой «под дерево». Его использование дает возможность снизить требования к чистоте поверхности заготовки из металла, древесины, пластика. При нагреве он максимально плотно обтягивает изделие без заломов и складок за счет

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. С. Жильцовой; под ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Питер.-2015., С.28
2. Барышева А. В. Инновации: учебное пособие. – М. : Дашков и К°, 2014. - 380 с.
3. 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.
4. Владыкин А. А. Стратегическое планирование как основной элемент инновационного механизма управления изменениями на предприятии в ходе реализации проекта при выборе управленческих решений [Текст] // Инновационная экономика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). — Казань: Бук, 2014. — С. 133
5. Геращенко М.М., Шерстобитова Т.И. Подходы к определению сущности маркетинга инноваций // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 3-2. – С. 321-325
6. Гаршина Д. С. Особенности управления изменениями // Молодой ученый. — 2017. — №26. — С. 102-103.
7. Инновационный менеджмент: учебник. – М. : Вузовский учебник , 2014. - 463 с.
8. Книжный рынок России: состояние, тенденции перспективы развития// Отраслевой отчет Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям /М.: 2017
9. Ковальская, К. В. Маркетинговый подход к разработке новых товаров / К. В. Ковальская, Ю. Г. Варава ; Киев.нац. ун-т им. Т. Шевченко // Перспективы инновационного развития Республики Беларусь: III Международная научно-практическая конференция : сборник научных статей (Брест, 26-28 апреля 2012 г.) / V Брестский инвестиционный форум; [редкол.: П. С. Пойта и др.]. - Брест , 2012. - С. 127-129.
10. Маннапов А. Система управления инновационной деятельностью в организации / Альберт Маннапов // Проблемы теории и практики управления. - 2013. - № 6. - С. 98-104.
11. Михайленко Е. А. Управление изменениями в организации // Молодой ученый. — 2016. — №12. — С. 1366-1369
12. Официальный сайт издательства «Эрудит и Ко» // <http://eruditskan.ru>
13. Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. Экономический анализ деятельности предприятий / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. - М.: ИНФРА-М, 2015.
14. Стороженко В. В. Инновационный подход к стратегии управления улучшениями и изменениями на предприятии [Текст] // Экономическая наука и практика: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. — С. 149-151.
15. Стюарт Д. Тренинг организационных изменений. Серия: Эффективный тренинг. — СПб: Питер, 2013, С.41
16. Траут Дж. Траут о стратегии / Дж. Траут. - СПб.: Питер. - 2013.
17. Фрайлингер К., Фишер И. Управление изменениями в организации. Как успешно провести преобразования. — М.: Книгописная палата, 2014.
18. Чехов А.Ю. Обусловленность устремлений: выбор и обоснование стратегий инновационного развития предприятий / Анна Юрьевна Чехова // Креативная экономика. - 2013. - № 4. - С. 67-73.
19. Широкова В. Г. Управление организационными изменениями. Учебное пособие. — СПб: Изд. дом Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2014.
20. Шустов А. А. Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики // Молодой ученый. — 2013. — №9. — С. 258-263.

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/56410>