

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/59162>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Международный менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Общая характеристика организации ООО «Торгстиль» 4

2 Стратегический анализ управления организацией в межкультурной среде 15

3 Методы принятия управленческих решений в организации 20

4 Рекомендации по улучшению корпоративной и конкурентной стратегии организации на мировом рынке товаров и услуг 24

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 36

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа представляет собой аналитический отчет о прохождении практики.

Практика проходила в ООО «ТОРГСТИЛЬ».

Основное назначение практики – закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин на основе изучения деятельности предприятия.

Цель практики студентов заключается в практическом применении теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин в формировании навыков самостоятельного поиска, систематизации и обработки организационно-технологической информации с целью разработки и обоснования мероприятий по совершенствованию организации труда, производства и управления.

Цель настоящего отчета – проведение диагностики выполненной работы в процессе прохождения практики, анализ практических заданий, поставленных во время прохождения практики и их решения. Настоящий отчет содержит введение, 4 главы и список использованной литературы.

1 Общая характеристика организации ООО «Торгстиль»

Компания с полным наименованием "ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТОРГСТИЛЬ"" зарегистрирована 28.05.2015 в регионе Свердловская область по юридическому адресу: 620144, Свердловская область, город Екатеринбург, улица Шейнкмана, дом 111, квартира 338.

Основной вид деятельности:

47.19 Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах

Дополнительные виды деятельности (25):

46.41 Торговля оптовая текстильными изделиями

46.41.2 Торговля оптовая галантерейными изделиями

46.42 Торговля оптовая одеждой и обувью

46.43 Торговля оптовая бытовыми электротоварами

46.44 Торговля оптовая изделиями из керамики и стекла и чистящими средствами

46.45 Торговля оптовая парфюмерными и косметическими товарами

46.49 Торговля оптовая прочими бытовыми товарами

46.76 Торговля оптовая прочими промежуточными продуктами

47.43 Торговля розничная аудио- и видеотехникой в специализированных магазинах

47.51 Торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах

47.54 Торговля розничная бытовыми электротоварами в специализированных магазинах

47.59 Торговля розничная мебелью, осветительными приборами и прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах

47.61 Торговля розничная книгами в специализированных магазинах

47.7 Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах

47.71 Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах

47.72 Торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах
 47.8 Торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках
 47.9 Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков
 47.99 Торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков
 55.10 Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания
 56.10 Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания
 56.10.1 Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания
 56.10.3 Деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах
 56.30 Подача напитков
 77.11 Аренда и лизинг легковых автомобилей и легких автотранспортных средств.

Фирма организована специализируется на продаже качественных вещей мировых производителей, сотрудничает тесно с Китаем, Белоруссией. В основе компании - продуманная стратегия, доказавшая свою эффективность, грамотный менеджмент, высокая квалификация сотрудников.

Руководство принимает все необходимые меры для обеспечения устойчивости деятельности Компании. Однако будущие последствия сложившейся экономической ситуации сложно прогнозировать, и текущие ожидания и оценки руководства могут отличаться от фактических результатов.

Организационная структура " является линейно-функциональной, рис. 1.

Рисунок 1 - Организационная структура коммерческой организации

Таблица 3 - Чистая прибыль

Показатель 2016 2017 2018 итог

п ф П ф п ф п ф

Доходы 21500 19980 20900 19680 21200 21520 63600 61280

Затраты 17656 17421 18146 17455 18096 17991 53898 52867

Прибыль 3844 2559 2754 2225 3104 3529 9702 8413

Чистая прибыль 768800 511800 550800 445000 620800 705800 1940,4 168260

Вывод: в период с 2016 г. по 2018 г. Виден спад чистой прибыли из-за изменения курса валют, а с конца 2017 г. Виден рост чистой прибыли из-за расширения клиентской базы и расширения ассортимента игрушек.

Вывод: Как видно из данной диаграммы, абсолютные и относительные отклонения по доходам в 2018 году относительные отклонения достигли 8,3 единицы.

Компания представляет собой международную розничную сеть магазинов, которые предлагают стильную мужскую, женскую и детскую одежду, а также модные молодежные аксессуары.

Таблица 2 - «Технический» портрет организации

1. Отрасль. Продукт (товар/услуга). Ассортимент (по ширине и глубине)

Продукты

-одежда

-аксессуары

-детская одежда

-деловая одежда

-обувь

2. Основные фонды организации (здания, сооружения, машины, оборудование)

Основные фонды:

-магазины,

- склад,
- офисы,
- транспортные средства,
- вычислительная техника.

3. Поставщики. Посредники

Поставщики

- закупка из Китая и Индии

4. Потребители. Клиенты. Сегменты

Потребители

(сегменты)

- Работает в среднем сегментах рынка.
- обычные потребитель
- другие предприятия.

5. Конкуренция на рынке. Конкуренты.

Конкуренция

- принцип «конкуренции»:
- продает свою технику и выполняет индивидуальные заказы напрямую заказчиком,
- участвует в региональных тендерах, международных выставках напрямую,
- борется за ведущее место на мировом и российском рынках.

Для быстрого и экономичного достижения цели нужно контролировать работу каждого звена компании. Для этого в любой организации существует общая система управления организацией, которая и определяет компанию как управляемую систему. Система управления организацией – это непрерывный процесс влияния на производительность работника, группы или организации в целом для наилучших результатов с позиций достижения поставленной цели.

Эффективная система управления организации состоит из отделов компании, ее подсистем и взаимодействий, а также из действий, которые обеспечивают установленное функционирование. Система управления организацией является сложным организмом, который делится на управляющую и управляемую части. Управляющая часть состоит из дирекции, менеджеров и информационного отделения, которые обеспечивают деятельность руководства. Эту часть называют административно-управленческим аппаратом. Управляющая часть обрабатывает информацию на входе, затем передает ее на выходе. На данном этапе руководство принимает различные решения, основанные на прогнозах, текущих целях, результатах обработки информации и т. д. Административно-управленческий аппарат строит работу на основах системы управления организации.

Основными элементами, из которых состоит система управления данной организацией, являются следующие:

- способ воздействия;
- цель; проблема,
- следующая из цели;
- закон;
- коммуникативные процессы;
- решение;
- документооборот;
- функция;
- принцип.

Компания была создана в форме общества с ограниченной ответственностью в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации. Высшим органом управления Компании является Единственный участник Компании. Единственный участник принимает стратегические решения относительно деятельности Компании. Совет директоров несет ответственность за общее управление деятельностью Компании. Совет директоров избирается Единственным участником сроком на 5 лет. Законодательством Российской Федерации и уставом Компании определены перечни решений, которые принимаются исключительно Единственным участником, и решений, которые принимаются Советом Директоров. Руководство текущей деятельностью Компании осуществляется Генеральным директором, единоличным исполнительным органом, который подотчетен Совету Директоров и Единственному участнику.

Совет Директоров и Генеральный директор Компании несут ответственность за разработку, применение и поддержание внутренних контролей, соответствующих характеру и масштабу операций Компании. Целью системы внутренних контролей является обеспечение:

- надлежащей и всесторонней оценки и управления рисками;
- надлежащего функционирования бизнес-подразделений и подразделений, ответственных за ведение бухгалтерского учета и подготовку финансовой отчетности, включая соответствующую авторизацию, обработку и отражение в учете операций;
- полноты, точности и своевременности данных бухгалтерского учета, управленческой информации и отчетов для регулирующих органов;
- надежности ИТ-систем, целостности и защиты данных и систем;
- предотвращения мошеннической или незаконной деятельности, включая неправомерное присвоение активов;
- соблюдения законодательства и нормативно-правовых актов. Генеральный директор несет ответственность за выявление и оценку рисков, разработку контролей и осуществляет мониторинг их эффективности.

Компания разработала систему стандартов, политик и процедур для обеспечения надлежащего выполнения операций и соблюдения соответствующих законодательных и нормативных требований, включая следующие области:

- требования к надлежащему распределению полномочий, включая независимую авторизацию операций;
- требования к отражению в учете, сверке и мониторингу операций;
- соблюдение законодательных и нормативных требований;
- документирование средств контроля и процедур;
- требования к периодической оценке операционных рисков, с которыми сталкивается Компания, и адекватности средств контролей и процедур, применяемых в отношении выявленных рисков.

Главной задачей менеджеров при руководстве компанией является формирование процесса изготовления продукции, соответствующей всем стандартам и удовлетворяющей запросы покупателей. Это стандартные требования к системе управления организацией. При этом важно добиться оптимального расхода финансов и наладить производственный процесс на экономию сил сотрудников, которые являются важной составляющей успешной организации.

Управление маркетингом. Маркетинговая деятельность по реализации созданного организацией продукта должна найти оптимальный баланс между удовлетворением желаний потенциального покупателя и реализацией целей организации. С этой целью осуществляется анализ системы управления организацией, управление процессами и действиями

Рассмотрим основные функции управления деятельностью данной организации:

Организация, являясь функцией управления, проявляется посредством организационных систем. Эта функция включает сочетание всего

1. Аранжин В.В. Ключевые факторы повышения конкурентоспособности современных организаций (по материалам российских научных публикаций) // Современные научные исследования и инновации. - 2017. - № 2
2. Арсентьева Ю.А., Борисов А.В. Современные проблемы руководства и лидерства в системе управления человеческими ресурсами организации // NovalInfo.Ru. - 2015. - Т. 1. - № 39. - С. 101-106
3. Байда Е.А. Обеспечение конкурентоспособности производственных организаций // Вестник СибАДИ - 2015. - №3 - с. 79-83.
4. Балашов А.П. Теория менеджмента. - М.: Инфра-М, 2014. — 352 с.
5. Блинов А.О., Угрюмова Н.В. Теория менеджмента. Учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К, 2014. — 304 с.; электронная версия — Москва: 2016.
6. Васяйчева В.А. Повышение конкурентоспособности организаций РФ на основе проектного управления // В.А. Васяйчева, Е.А. Гущина // Экономическое развитие стран Евросоюза и стран СНГ в условиях глобализации Международный научно-практический конгресс: тезисы докладов. ISAE "Consilium". - 2013. - с. 101-104.
7. Виноградова Н.И. Инновационная составляющая роста конкурентоспособности организаций потребительской кооперации // Н.И. Виноградова, Г.А. Польская, М.А. Чаплыгина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2014. - №1. - с. 336-339.
8. Журавлев В.В. Основы стратегического менеджмента. Учебное пособие. — Челябинск: Изд-во Русско-

британского института управления (РБИУ), 2012. — 160 с.

9. Петров А.Н. (ред.) и др. Стратегический менеджмент. Учебник для вузов. — 3-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2012. — 400 с.

10. Слободской А.Л. Обучение персонала организаций. - СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. — 124 с.

11. Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сборник статей Международной научно-практической конференции / МНИЦ ПГСХА. – Пенза: РИО ПГСХА, 2015. – 120 с.

12. Сущность, задачи и особенности стратегического менеджмента. Стратегия и ее роль в управлении организацией. Классификация стратегий и их характеристика. Этапы разработки и реализации стратегии управления. - <http://ifreestore.net/1677/87/>

13. Функции и виды стратегии дифференциации. - <http://vseobip.ru/raznoe/strategiya-differenciarii.html#oglavlenie2>

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/59162>