

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/75647>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

Содержание

Введение 3

1.Общая характеристика организации 4

1.1. Организационно-правовая форма 4

1.2. Отрасль 4

1.3. Номенклатура основных видов деятельности организации 4

1.4. Основные потребители продукции, услуг 5

1.5. Организационная структура управления 5

1.6. Административная структура управления 6

1.7. Организация маркетинга на предприятии 10

1.8. Режим работы предприятия 10

1.9.Кадры предприятия 11

1.10. Основные технико-экономические показатели работы предприятия 14

2. Организация технико-экономические показатели 15

2.1. Финансовые показатели деятельности 15

3. Анализ организации офисного пространства и рабочего места сотрудника (менеджера) 20

4.1.Офисное пространство 20

4.2.Функции менеджера 20

4.3. Организационный климат 20

4. Разработка плана проведения совещания и переговоров по одной из проблем/задач подразделения/организации 21

4.1.Участие в совещании 21

4.2. Участие в переговорах 21

2

4.3. Разработка делового письма 22

Заключение 23

Список использованных источников 24

ВВЕДЕНИЕ

В процессе прохождения производственной практики в ООО «ВТР Логистик» мною было достигнута следующая цель: применены знания, полученные в период обучения и проведен анализ деятельности конкретной организации, выявлены направления совершенствования.

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ

1.1. Организационно-правовая форма

Общество с ограниченной ответственностью «ВТР Логистик» (ООО «ВТР логистик») - динамично развивающаяся компания, оказывающая услуги в области транспортной и складской логистики.

1.2. Отрасль

Отрасль логистических и складских услуг демонстрирует значительные темпы роста: более 4,5% за 2018 год за счет появления новых участников рынка и расширения спектра логистических услуг, роста спроса на них.

1.3. Номенклатура основных видов деятельности организации

- Перевозка авто транспортом
- Перевозка авиатранспортом
- Перевозка жд транспортом
- Перевозка река/море

- Интермодальные перевозки
- Таможенное оформление грузов
- Погрузо/разгрузочные работы
- Ответственное хранение грузов
- Страхование грузов
- Аутсорсинг транспортно/экспедиционной деятельности
- Комплексная поставка на строительные объекты инертных материалов.

3

1.4. Основные потребители продукции, услуг

Потребителями услуг являются:

- Производственные предприятия – 62%,
- Торговые предприятия – 32%,
- государственные организации – 6%.

1.5. Организационная структура управления

Одним из приоритетных аспектов анализа деятельности компании является изучение ее организационной структуры и определение ее типа.

Данная организационная структура относится к линейно-функциональному типу. Эффективность линейной структуры состоит в наличии четких, ясных и прямых взаимосвязей между ее элементами, а также разделением подразделений по функциям: правовое обеспечение, финансовое обеспечение, снабжение, продажи, хозяйственная деятельность, логистика. Каждый исполнитель имеет только одного начальника, и все полномочия — прямые (линейные) — идут от высшего звена управления к низшему.

1.6. Административная структура управления

Дифференция управления заключается в распределении обязанностей по управлению и развитию компании. Директор компании осуществляет делегирование ключевых факторов ответственности по развитию бизнеса топ-менеджерам:

- финансовый директор,
- директор по продажам,
- директор по снабжению,
- директор по логистике,
- юрист.

Также в компании определены основные направления развития:

- оптовый канал,
- розничный канал,
- интернет-канал.

Управление продажами в разных каналах сбыта осуществляется разными специалистами.

В каждом подразделении управление включает в себя спектр общих функций:

- планирование,
- организация,
- мотивация,

4

- координация,
- контроль.

Особое внимание в каждом отделе уделяется развитию персонала и повышению квалификации.

На современном этапе основной ценностью компании является достижение стабильных партнерских отношений со своими клиентами.

1.9. Кадры предприятия

Внутренние ресурсы компания использует достаточно эффективно, руководствуясь следующими принципами:

- постоянная оптимизация,
- внедрение инноваций, направленных на экономию и повышение качества,
- использование различных подходов для достижения лучших результатов и обеспечения более высокого потенциала,
- экономия ресурсов.

Рассмотрим основной ресурс компании – персонал.

Представим среднесписочную численность работников ООО «ВТР ЛОГИСТИК» за 2017 г.

Из таблицы 3 мы можем видеть, что по плану работников в компании не хватает. персонала ООО «ВТР ЛОГИСТИК» за 2017 год.

Как видно из таблицы 4 преобладает количество мужского персонала в компании. Это связано со спецификой деятельности компании. Каждый сотрудник компании должен всегда сохранять уверенность и спокойствие, доброжелательный тон при общении с клиентом компании, своевременно и качественно выполнять свою работу.

1.10. Основные технико-экономические показатели работы предприятия

У предприятия 12 складских помещений общей площадью 3200 кв.м. Собственный автопарк из 120 грузовых автомобилей различных марок, автопогрузчиков, складского оборудования на сумму более 40 млн. руб. Площадь офиса составляет 240 кв.м.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВА

2.1. Финансовые показатели деятельности

Согласно материалам компании, чистая прибыль за 2017 год выросла до 257,00 тыс. руб. Об этом свидетельствуют материалы компании. Объем продаж компании "ВТР ЛОГИСТИК" увеличился за 2017 год и составил 35,77 млн. руб. по сравнению с прошлогодним показателем в 19,66 млн. руб. Валовая прибыль компании повысилась в 1,99 раза до 33,07 млн. руб. с 16,59 млн. руб. за аналогичный период прошлого года.

5

В целом, можно отметить, что предприятие работает с прибылью, размер выручки и прибыли постоянно увеличивается. Однако, представляется, что размер прибыли невелик относительно масштабов деятельности.

Основные финансовые показатели деятельности организации за анализируемый период имели положительную динамику.

В 2017 году руководство компании обозначило ряд стратегических целей:

- достичь к 2020 году оборота в 200 000 тыс. руб. и прибыли в 10 000 тыс. руб.,
- а также оптимизации ассортиментного портфеля.

Однако данные цели еще не достигнуты и требуют дополнительных усилий. Темпы роста выручки намного опережают темпы роста прибыли, что говорит о снижении маржинальности продаж и снижению уровня доходности текущих контрактов. Данная ситуация обусловлена влиянием множества внешних факторов.

Заключение

Таким образом, в ходе прохождения производственной практики в ООО «ВТР ЛОГИСТИК» решены следующие выявлено:

- организационная структура компании линейно-функциональная,
- тип управления характеризуется высоким уровнем демократичности и стандартизованностью,
- финансово-экономическое положение компании стабильно и устойчиво,
- компания ставит перед собой амбициозные стратегические цели и задачи и настойчиво стремится к их достижению,
- влияние конкурентного окружения и ограниченность ресурсного потенциала обуславливают необходимость реализации целенаправленных маркетинговых действий по стимулированию продаж и расширению территории и каналов дистрибуции,
- компании необходимо повышать свою технологичность и внедрять новые методы управления и маркетинга.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая, третья, четвертая) М.: Юристъ, 2017. 812 с.
2. Федеральный закон РФ от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
3. Абрамшвили Г.Г. Проблемы международного маркетинга / Абрамшвили Г.Г. - М., 2016.
4. Абчук, В.А. Коммерция: Учебник / В.А. Абчук. СПб.: Изд-во Михайлова, 2015. - 527 с.
5. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / Алешина И.В. - М.: 2016.

6

6. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы / Афанасьев М.П. - М.:, 2015.
7. Басконов, В.В. Экономика предприятия торговли и сферы услуг : Учебник для ВУЗов / В.В. Басконов. М.: ИНФРА-М, 2015. - 618 с.
8. Басовский Л.Е. Маркетинг: курс лекций / Басовский Л.Е. - М.: Инфра-М, 2017.
9. Березин И.С. - Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / Березин И.С - М.,: Издательство: Вершина 2014.
10. Благаев В. Маркетинг в определениях и примерах / Благаев В. - М.:, 2014.
11. Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк –3-е изд., стер. К.: Эльга, 2009. - 490 с.
12. Бланк, И.А. Управление торговым предприятием / И.А. Бланк М.: Ассоциация авторов и издателей. Тандем, 2011. - 416 с.
13. Верли Х. Маркетинг, как стратегический фактор успеха / Верли Х. // Проблемы теории и практики управления. - 2017 г. №6.
14. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. М.: Финпресс, 2015. - 421 с.
15. Гольдштейн Г.Я. Маркетинг, продвижение товара (услуг): учебное пособие для магистрантов / Г.Я. Гольдштейн, А.В. Катаев. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2015.
16. Гольцов А. Использование стратегического маркетинга в российской экономике переходного периодов / Гольцов А. Новиков Ф. // Маркетинг. - 2014. - № 4.
17. Гэбэй Дж. Маркетинг: новые возможности.-Пер. с англ. К.Ткаченко.-М.: Фаир-Пресс, 2014.
18. Дихтль Е. Практический маркетинг: Учебное пособие / Пер. с нем. / Е. Дихтль, Х. Хершген. - М.: Высшая школа, 2017.
19. Жаров, А.И. Стратегия и тактика маркетинга / А.И. Жаров, Н.Н. Изосимова. М.: Бизнес-школа, Интел-синтез, 2015. - 483 с.
20. Зайцев, Н.Л. Экономика предприятия: учебное пособие /Н.Л. Зайцев. М.: ИНФРА-М, 2014. - 336 с.
21. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров / Захарова Ю.А. - М.:Издательство: Дашков и Ко, 2016.
22. Ильин, А.И. Планирование на предприятии / А.И. Ильин. М., 2014. - 375 с.
23. Климин, А.И. Стимулирование продаж / А.И. Климин. М.: Вершина, 2015. - 272с.
24. Кондинская О. Стратегический маркетинг и финансовое планирование// Маркетинг. 2016. №2.
25. Кондратов, В.М. Менеджмент продаж: учеб. по–собие / В.М. Кондратов. М.: ИНФРА-М, 2014. - 670 с.
- 7
26. Коноплев, С.П. Менеджмент продаж: учеб. пособие / С.П. Коноплев. М.: ИНФРА-М, 2015. - 421 с.
27. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Пер. с англ. Бугаев М. и др. 5 изд-е. - СПб: Питер, 2015.
28. Лии Д. Маркетинг качества жизни. Принципы продвижения товаров широкого потребления / Д. Лии, Д. Серджи - М.: Издательство: Интернет-Трейддинг, 2015.
29. Маркетинг: Учебник/ А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. - 560с.: ил.
30. Муромкина И.И. Разработка стратегий маркетинга на рынке потребительских товаров. - Н.Новгород: НКИ, 2017. - 327 с.
31. Ноздревой Р.Б. Крылова Г.Д., Соколов М.И. Маркетинг: учебник, практикум и учебнометодический комплекс по маркетингу.- М.: Юрист, 2016.
32. Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности / Л.В. Осипова. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2015. - 619 с.
33. Основы менеджмента и маркетинга: Учебник / под общ. ред.Р.С. Седегова. Мн.: Вш. шк., 2015.
34. Паничкина Г.Г. Система продвижения товара или Promotion- технологии от А д Я / Паничкина Г.Г., Мазилкина Е.И. - М.:Издательство: Интернет-Трейддинг, 2017
35. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева. М.: ИНФРА – М, 2010. - 257 с.
36. Росситер Дж.Р. Реклама и продвижение товаров. СПб. / Дж.Р. Росситер, Л. Перси - М: Питер, 2015.
37. Серпилин А. Основные подходы к разработке и внедрению стратегии развития предприятия //Управление компанией. 2016. №3.
38. Третьяк О. Новый этап эволюции маркетинговой концепции // Росс. Экономический журнал 2017. - №10.
39. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
40. Шкардун В., Ахтямов Т. Оценка готовности предприятия к реализации маркетинговой стратегии // Маркетинг. 2016. № 3 (58).

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/75647>