

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/79465>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

Введение 4

1. Характеристика организации и системы управления 5

1.1. Краткая характеристика организации 5

1.2. Характеристика структуры управления 6

2. Задания 14

2.1. Формирование трудовых ресурсов: планирование потребности в персонале, набор и отбор кадров 14

2.2. Развитие трудовых ресурсов: оценка и аттестация персонала, адаптация персонала, обучение персонала, подготовка руководящих кадров и карьера 14

2.3. Анализ отношений в организации: оценка стиля и методов руководства, формальные и неформальные отношения между сотрудниками, оценка организационной культуры 15

2.4. Система мотивации персонала 16

2.5. Управление конфликтами, изменениями, стрессами 17

Заключение 19

Список использованных источников 20

Приложение 1 22

ВВЕДЕНИЕ

Цель данного отчета – проанализировать систему управления человеческим ресурсами и управления коммуникациями компании «7Time», расположенную в г.Екатеринбург.

Задачи отчета:

- описать деятельность предприятия, представить характеристику организационной структуры,
- провести анализ внешней среды компании
- выделить особенности коммуникационной системы.

Объект исследования – «7-Time».

Предмет исследования – управление человеческими ресурсами и коммуникационная система.

Информационная база исследования представлена:

- открытыми данными о «7-Time»,
- внутренними отчетами о деятельности компании,
- информацией, размещенной на официальном сайте компании.

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ И СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

1.1. Краткая характеристика организации

Общество с ограниченной ответственностью «7Time» - территориальное подразделение федеральной компании «7Time» в г.Екатеринбург (г. Екатеринбург ул. Айвазовского, 53, 3 этаж), которая специализируется на организации на оказании коммуникационных и консалтинговых услуг. Организация функционирует на основании Устава.

Профессиональный контакт центр «7Time» - надежный партнер компаний разных сфер деятельности и уровнем сложности бизнес-процессов. Компания была создана в Екатеринбурге в 2008 году и за 11 лет сумела стать надежным партнером для многих компаний России и зарубежья.

Качественно выстроенные процессы и сильная аналитика, приводящие к нужным результатам - ориентиры команды "7Time".

Миссия компании - создание уникальных услуг, во главе которых специфика Вашего бизнеса и Ваше видение. "Умный сервис", "Сервис со вкусом", "Идеальная логистика", "Надежный банк" и другие услуги, идея создания которых – заслуга клиентов "7Time".

Принципы работы компании, декларированные на официальном сайте:

- мы помогаем оптимизировать бизнес-процессы любой сложности, наш опыт плюс глубокое погружение в

специфику Вашего бизнеса дают лучшие результаты,

- мы берем на себя ответственность. Для нас важно ваше доверие,
- мы делаем все для того, чтобы клиенты, позвонив в вашу компанию, получили максимум информации и удовольствие от действительно ЖИВОГО общения,
- уникальная система ВІ-отчётности в удобном формате, на основании которой можно принимать эффективные решения для управления бизнес-процессами [8].

Оператор колл-центра обладает знаниями из разных областей ведения бизнеса. Среди клиентов компании более 70 крупнейших компаний различного направления. Тематика обращений в наш колл-центр достаточно широка: бронирование билетов, оформление заявок, консультации (сфера недвижимости, туристические услуги, розничная торговля и многое другое).

За 2016-2019 года компания увеличила свою доходность на 45%, что обусловлено приростом клиентской базы в 3,3 раза и расширением спектра услуг.

Представим анализ внешней и внутренней среды компании в виде SWOT-анализа (таблица 1):

Сильные стороны

- федеральная компания
- известный бренд
- высокопрофессиональный управленческий персонал
- современная коммуникационная платформа
- текучесть кадров
- недостаточность маркетинговой деятельности
- низкий уровень инновационности в управлении

Возможности

- активное развитие коммуникационных технологий
- растущий спрос на коммуникационные услуги
- растущий уровень конкуренции
- снижение платежеспособности представителей сегмента бизнес-клиентов
- снижение уровня образования молодежи

Таким образом, компании не хватает инновационности в частности в коммуникационной сфере и области развития ассортимента услуг.

1.2. Характеристика структуры управления

Организационная структура компании представлена на рис.1:

Рисунок 1 – Организационная структура компании

Таким образом, организационная структура управления представлена линейно-функциональным типом, что соответствует виду и масштабам деятельности, разделению функций и задач.

В данном предприятии организационная структура управления представлена функциональным типом, что обусловлено широким спектром задач его деятельности.

Итак, функциональная структура ООО «7Time» реализует принцип демократического централизма, при котором подготовка и обсуждение решения производится коллегиально, а принятие решения и ответственность – только первыми руководителями единолично.

К недостаткам данной организации управления можно отнести:

- высокий уровень концентрации власти в руках одного человека – директора,
- полномочия по решению стратегических и оперативных вопросов также сконцентрированы в должности директора, что снижает качество их реализации,
- управленческие решения принимаются единоначально,
- отсутствует специалист, на который были бы возложены функции мониторинга рынка услуг и повышения уровня клиентоориентированности компании,
- отсутствует возможность делегирования комплексных оперативных вопросов.

Организация рабочего процесса специалистов осуществляется по следующей схеме (рис.2):

Рисунок 2 - Организация работы специалистов

Планирование осуществляется на следующие периоды: год, полугодие, квартал, месяц.

Показатели оценки эффективности деятельности компании:

- количество звонков,
- конверсия звонков,

1. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. - СПб: Изд-во «Питер», 2018.- 384 с.
2. Голуб О.Ю. Теория коммуникации: Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. - М.: Дашков и К, 2018. - 388 с.
3. Дзялошинский И.М. Деловые коммуникации. теория и практика: Учебник для бакалавров / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 433 с.
4. Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations /А. Бекетов, Ф. Сарокваша; М.: Альпина Паблишер, 2017, С.68
5. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 415 с.
6. Меньшиков А.А. Пресс-служба: учеб.пособие. - Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2017.
7. Миляева Л.Г. Экономика предприятия: практикоориентированный подход: учебное пособие. - М.: КноРус, 2017. - 224с.
8. Официальный сайт компании «7-Time» // <http://www.7-time.ru>
9. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. - М., 1999.
10. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М., 2012.
11. Сафарова М. Б. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций [Текст] / М. Б. Сафарова // Экономика, управление, финансы: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). — Пермь: Зебра, 2015. — С. 136
12. Современные коммуникативные науки: Социальные практики как совместность слова – М.: ЛЕНАНД, 2016. – 200 с.
13. Сафарова М. Б. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций [Текст] / М. Б. Сафарова // Экономика, управление, финансы: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). — Пермь: Зебра, 2015.
14. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. – М., 2017
15. Социальный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Гладышев, С.И. Григорьев, В.Н. Иванов и др.; Под ред. В.Н. Иванова, В.И. Патрушева. — М.: Гардарики, 2018. — 296 с.
16. Спивак, В.А. Деловые коммуникации. теория и практика: Учебник для академического бакалавриата / В.А. Спивак. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 460
17. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика. Учебник/ А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – 6-е изд. – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2018. – 560 с.
18. Файоль А. Общее и промышленное управление / Пер. 1923 г. М.: Юрайт, 2017, С.71
19. Чамкин, А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 350 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/79465>