

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Институт Менеджмента и Информационных технологий

Курсовая работа

по дисциплине: «Методы принятия управленческих решений»

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ

на примере ООО ТК «Лента»

Исполнитель: Зайцева Анастасия Андреевна

Группа: ФМ-15

Руководитель: Хохолуш Мария Станиславовна, канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента

Актуальность темы курсовой работы

- На сегодняшний день стратегическое планирование является ключевым моментом в управлении предприятием, который должен обеспечивать стабильное экономическое развитие предприятия, повышение конкурентоспособности производимой им продукции и оказываемых услуг.

Цель курсовой работы

- Изучение особенностей технологии разработки стратегии управления и формирование рекомендаций по выбору дальнейших стратегий управления с целью повышения эффективности деятельности ООО ТК «Лента».

Задачи курсовой работы

- Изучение теоретических основ технологии разработки стратегических решений в организации: раскрытие понятия и сущности стратегии управления, рассмотрение системы стратегического управления, а также его принципов;
- Проведение всестороннего анализа деятельности торговой компании «Лента»;
- Разработка рекомендаций для повышения эффективности работы компании.

Объект и предмет исследования курсовой работы

- **Объект исследования** – деятельность сети гипермаркетов ООО ТК «Лента».
- **Предмет исследования** – этапы разработки стратегического управления организацией.

Результаты исследования

- В результате выполнения первой главы курсовой работы было выяснено, что представляет из себя понятие стратегического управления, какими принципами необходимо руководствоваться при определении дальнейшей стратегии организации, а также были выделены этапы разработки стратегии управления: анализ среды, определение миссии и цели, анализ и выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль за ее исполнением.



- В настоящее время это российская сеть гипермаркетов, занимающаяся розничной реализацией продовольственных товаров, осуществляющая продажу продуктов питания, косметики, бытовой химии, одежды, обуви, канцтоваров.
- Она по праву занимает первое место по размеру торговых площадей среди других сетей гипермаркетов и является пятой крупнейшей розничной сетью страны (по объему выручки за 2015 г.).

	Возможности - О	Угрозы - Т
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост уровня доходов населения; 2. Улучшение демографической ситуации; 3. Появление и возможность использования новейших технологий в производстве; 4. Способность выйти на абсолютно новые сегменты рынка; 5. Широкое распространение сети гипермаркетов по всей стране. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменение вкусов покупателей; 2. Снижение уровня доходов населения; 3. Высокая зависимость от уменьшения спроса; 4. Выход на рынок новых конкурентов; 5. Жесткая конкуренция на рынке потребительских товаров и услуг.
Сильные стороны - S	Стратегические действия - SO	Стратегические действия -ST
<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкая закупочная цена продукции; 2. Достаточно высокий уровень квалифицированности персонала; 3. Весьма хороший уровень обслуживания покупателей; 4. Современная технология производства; 5. Неплохой имидж компании на рынке потребительских товаров и услуг; 6. Стабильное поступление средств от покупателей. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение числа постоянных покупателей; 2. Повышение уровня сервиса в целом; 3. Достижение более высокого уровня репутации (среди конкурентов). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Модернизация имеющегося ассортимента товаров; 2. Достаточно конкурентоспособное существование на рынке; 3. Осуществление выбора потребителей в пользу компании.
Слабые стороны - W	Стратегические действия -WO	Стратегические действия - WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточно эффективная организация рекламной активности; 2. Не до конца совершенная товарная политика; 3. Текучесть кадров; 4. Не совсем успешное применение финансовых ресурсов; 5. Немалая доля бракованной продукции. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предотвращение снижения спроса; 2. Рост популярности и рекламной активности торговой компании; 3. Сохранение и приумножение персонала за счет мотивации и материального стимулирования. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потеря квалифицированных специалистов; 2. Уменьшение объема продаж и прибыли; 3. Сужение круга покупателей.

Рекомендации

- Разработка стратегии управления компании включает в себе определение общих ориентиров и устремлений для завоевания долгосрочных конкурентных преимуществ и иных целей организации.
- **Стратегия роста** предполагает превышение уровня развития компании над предыдущим периодом. Основные цели роста: увеличение объема продаж, доли рынка, прибыли или размера фирмы. Данная стратегия предпочтительна в динамично развивающихся отраслях с быстро меняющимися технологиями. Типовые варианты стратегии роста: интенсивный, интеграционный, диверсификационный рост.

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Институт Менеджмента и Информационных технологий

Курсовая работа

по дисциплине: «Методы принятия управленческих решений»

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ

на примере ООО ТК «Лента»

Исполнитель: Зайцева Анастасия Андреевна

Группа: ФМ-15

Руководитель: Хохолуш Мария Станиславовна, канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента