

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МОЛДОВЫ
ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК
ДЕПАРТАМЕНТ БИЗНЕС-АДМИНИСТРАЦИИ

БАЛМУШ-АНДОНЕ М., ВОЛОСЮК А, СУМАН Е.

МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

**по организации, проведению и оценке
специализированной практики «Введение в
специальность»**

Специальность: 363.1. БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ,
цикл I - лицензия

Кишинёв, 2019

Содержание практики введение в специальность

Введение

Глобальное усиление конкуренции, интернационализация экономики, научно-технический прогресс и неизбежное изменение характера труда, ставят перед современным предприятием задачу своевременной, эффективной и адаптивной реакции на изменения внешней среды с использованием всего арсенала инструментов стратегического менеджмента.

Организации должны, с одной стороны, постоянно осознавать новый характер изменений в окружающей среде и эффективно на них реагировать. С другой стороны, необходимо иметь в виду, что сами организации генерируют изменения во внешней среде, выпуская, например, новые виды товаров и услуг, используя новые виды сырья, материалов, энергии, оборудования, технологий.

Целью практики – «Введение в специальность» является анализ внешней среды организации, формирование у студентов навыков анализа факторов внешнего окружения и выявление скрытых резервов развития предприятия с помощью различных методов/моделей.

Задачами являются:

- ✓ изучение базовых понятий по анализу внешней среды организации;
- ✓ изучение методов анализа внешней среды;
- ✓ получение практических навыков в применение изучаемых методов анализа внешней среды при помощи проигрывания конкретных ситуаций и решений практических задач;
- ✓ формирование навыков адаптации рассмотренных методов к конкретным условиям функционирования организации.

Отчёт по практике «введение в специальность» должен иметь следующую структуру:

Титульный лист (см. *приложение 1*)

Содержание – отчёт по практике должен содержать заголовки всех глав и параграфов, с указанием начала страниц каждого из них.

Главы - Работа должна содержать 2 главы, пронумерованные в порядке возрастания римскими буквами, каждая из которых должна включать несколько параграфов, пронумерованных арабскими цифрами. Главы, как и в содержании отчета, так и в самой работе, должны быть написаны заглавными буквами, а параграфы – строчными и должны быть выделены жирным шрифтом. Каждая глава должна начинаться с новой страницы. Параграфы (субпараграфы) следуют неразрывно, отступая от предыдущего параграфа на 2-а пробела.

Библиография (не менее 5-и источников) - должна содержать список всех использованных источников (включая интернет-источники). Каждый источник должен содержать все необходимые библиографические элементы.

Приложения (если есть необходимость) – объем должен быть не более 25% основного текста.

Перечень требований к редактированию текста отчета представлен в *Приложение 2*.

Для разработки отчета по практике «Введение в специальность» студент может выбрать в качестве **объекта исследования** одно из предприятий, указанных в *Приложении 3*, или провести анализ по предприятию, выбранному самостоятельно. При этом не допускается анализ по одному и тому же предприятию двух или более студентов. Предпочтительным является исследование отечественных предприятий.

Собственно процесс сбора данных по предприятию и его внешней среде может происходить без непосредственного контакта студента с организацией. Всю необходимую информацию студент собирает, используя интернет-ресурсы, средства массовой информации (периодические издания, журналы, газеты) и т.д.

Название глав и их структура должны быть оформлены в соответствии требованиями Программы практики введения в специальность и содержать:

Содержание глав

Глава 1. Общая характеристика предприятия (5-8 страниц) отчета должна содержать общую характеристику предприятия (организации), а именно:

- ✓ тип предприятия по организационно- правовой форме;
- ✓ год основания предприятия и учредители;
- ✓ расположение предприятия;
- ✓ главные акционеры; число акций (для SA), размер паев для (SRL)
- ✓ видение, миссия предприятия, стратегия развития, цели и задачи предприятия
- ✓ описание основных видов деятельности;
- ✓ отраслевая принадлежность предприятий, ассортимент производимых товаров (предоставляемых услуг);

Глава 2. Анализ факторов внешней среды предприятия (организации) (10-12 страниц)

Структура 2-ой главы должна включать следующие параграфы и содержать следующую информацию:

2.1. Анализ факторов косвенного воздействия (макросреды). В данном пункте студенту предлагается перечислить и оценить воздействие на деятельность компании все актуальные внешние факторы, классифицируя их на:

- ✓ политическая обстановка;
- ✓ состояние экономики;
- ✓ социально-культурные факторы;
- ✓ социально-демографические факторы;
- ✓ научно-технический прогресс (технологическая среда);
- ✓ экологические факторы;
- ✓ международное окружение.

2.2. Анализ факторов прямого воздействия (микросреды). В данном пункте, студенту рекомендуется описать основную взаимосвязь организации со средой прямого воздействия на примере нижеуказанной группы факторов и дать соответствующую оценку этого влияния на деятельность компании:

- ✓ Рынок. Рекомендуется проанализировать размер рынка; скорость роста рынка и стадия жизненного цикла отрасли; легкость входа и выхода;
- ✓ Потребители. Рекомендуется определить основных потребителей: возраст, пол; лояльность торговой марке покупателей и т.д.
- ✓ Конкуренты. При анализе конкурентов рекомендуется определить основных конкурентов, их число со стороны иностранных и отечественных производителей; тип конкуренции (монополия, олигополия и т.д.), степень концентрации; оценку конкурентных позиций и возможных действий соперничающих компаний; легкость входа на рынок и выхода из него.

✓ Поставщики. Рекомендуется определить основных поставщиков по следующим ресурсам - материалы, капитал, трудовые ресурсы; стратегические союзы с другими компаниями и организациями.

✓ Законы и государственные органы.

*Примеры факторов внешней среды приведены в таблице 1, Приложении 4.

Характеристики этих факторов рекомендуется анализировать в качественной или количественной форме.

При этом:

✓ Количественная характеристика может быть дана соответственно уровню инфляции и его влиянию на доходность и себестоимость продукции.

✓ Качественную оценку можно осуществить по 9-балльной шкале:

1 – влияние очень слабое, 3 – слабое, 5 – существенное, 7 – значительное, 9 – сильное

Результатом проведенного анализа должны послужить ответы на следующие вопросы:

- Описать в терминах сложности, подвижности и неопределённости среды, в которой функционирует компания.

- Почему руководству следует оценивать влияние изменений факторов внешней среды?

- Какие изменения во внешнем окружении воздействуют на текущую стратегию организации?

- Какие факторы представляют угрозу для текущей стратегии организации?

- Какие факторы предоставляют большие возможности для достижения целей организации?

Результаты детального анализа каждого фактора могут быть представлены в виде таблицы 2, Приложение 4.

Оценку внешней среды рекомендуется проводить с помощью STEEP-анализа, STEP- анализа, PEST- анализа, SWOT- анализа, бенчмаркинга и т.д.

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII

MOLDOVA

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

FACULTATEA ȘTIINȚE ECONOMICE

DEPARTAMENTUL ADMINISTRARE A AFACERILOR

RAPORT

privind efectuarea practicii de inițiere în specialitate
în cadrul întreprinderii « _____ »

(denumirea entității/instituției)

Autor:

Prenumele, numele

student(a), anul __, grupa BA _____

specialitatea Business și Administrare

Conducătorul practicii:

Prenumele, numele

Titlul științific și didactic

Перечень требований к редактированию текста:

- Работа должна быть напечатана, объемом 10-15 страниц (формат А4, шрифт Timesnewroman 12, 1,5 интервал между строк)
- Названия глав должны быть пропечатаны заглавными буквами, шрифт 14, выделение с помощью Bold.
- Одна страница должна содержать не более 28-30 строк. Одна строка - 68-70 символов включительно промежутки.
- Использовать белую бумагу формата А4 (210 на 297 мм). Текст печатать только на одной стороне листа со следующими полями: с левой стороны - 30мм, с правой - 15мм, вверху - 25мм, внизу - 25мм.интервал).
- На приводимые в тексте цитаты, формулировки, практические данные и т.д. должны быть ссылки на источники, из которых они заимствованы.
**Пометки об источниках должны осуществляться следующим образом: в конце библиографической цитаты или в другом соответствующем месте текста открывают квадратные скобки, в которых указывают порядковый номер источника информации согласно библиографическому списку, после запятой указывают страницу, на которой находится цитата, статистические данные и т.д. Например: [7,с.132].*
**В круглых скобках делают пометки о приложениях, например: (см. приложение 2) . Пометки об источнике, на основании которого была составлена таблица, диаграмма и др. делают под таблицей, диаграммой и т.д. Например: Источник: Годовой финансовый отчет предприятия X на 2005г, стр.25.*
- Все графики, схемы, рисунки, таблицы и т.д. необходимо последовательно пронумеровать.
- Нумерация страниц работы должна осуществляться одинаково для всей работы и производится арабскими цифрами справа внизу. Титульный лист, лист содержания и приложения не нумеруются. Нумерация начинается со страницы – Глава I.
- В тексте необходимо соблюдать общепринятые аббревиатуры: млн., млрд., рис. и т.д., др. другие аббревиатуры не допускаются. Если автор хочет сократить, составить аббревиатуру на одно часто употребляемое определение, сначала он должен написать полностью это определение и здесь же (при первом упоминании) в скобках указать его аббревиатуру, а потом в тексте использовать данную аббревиатуру.
- Работа должна быть написана на литературном научном языке, от первого множественного лица, либо от третьего лица, но в тоже время просто, четко, логично и последовательно. Несоблюдение грамматических норм ведет к уменьшению оценки. В работе необходимо делать пометки о библиографических источниках, статистических данных и др.

Перечень предприятий

1. Marykay :Путь к успеху, <http://book-online.com.ua/read.php?book=3802>,
<http://ru.marykay.md/company/history>
2. Microsoft. Дорога в будущее. Билл гейц. <http://book-online.com.ua/read.php?book=3657&page=1>
- McDonalds.Становление и развитие империи McDonalds. Е.А. Малышкина
<https://cyberleninka.ru/article/v/stanovlenie-i-razvitie-imperii-mcdonalds>,
Книга «McDonald's. Как создавалась империя» РэйКрок
3. Tucano Coffee. <https://tucanocoffee.com/ru/about-us/>
4. Andy's pizza /Trabo plus SRL <https://www.andys.md/ru/pages/menu/>
5. Starbucks. www.starbucks.com ;
<https://www.ukessays.com/essays/marketing/starbucks-history-and-development-marketing-essay.php> , <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2016/09/19/lets-look-at-starbucks-growth-strategy/#4263c963d71c>
6. Pepsico <http://www.pepsico.com/About/Our-History>
7. Amazon /www.businessinsider.com/jeff-bezos-amazon-history-facts-2017-4
8. Google
https://www.researchgate.net/publication/301675127_Business_Model_Canvas_Google_Report
9. Bucuria<https://www.bucuria.md/rus>
10. Zara https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/15686/1/ana_morgado_costa_diss_mestrado.pdf,
<https://toughnickel.com/industries/Business-Operations-of-Clothing-Retailer-Zara>
11. Benetton
<http://www.museodelmarchioitaliano.com/route1/benetton.php>,
<https://innovativedesignhistory.wordpress.com/2014/04/08/the-united-colors-of-benetton-campaign-history/>
12. Aridon<http://aridon.md/en/>
13. Franzeluta<http://www.franzeluta.info/>
14. Body shop <https://naturalcosmeticslovers.wordpress.com/xxxxxxxxxxxxx/the-body-shop/the-body-shop-history/>, <https://allgoodtales.com/brand-story-hero-body-shop/>
15. Orange Moldova <https://www.orange.com/sirius/histoire/en/history/>
16. Moldcell Moldova
17. Air moldova<https://www.airmoldova.md/history-en/>
18. Wizzair <https://www.scribd.com/document/92609580/The-analisis-of-Wizz-Air>
19. Flyone 20. Starnet<https://www.starnet.md/ru/>
21. Endava <https://www.endava.com/>
22. Nestle
23. Linnela
24. Fidesco
25. Efes Moldova
26. Supraten
27. Cricova
28. Supermarcet Nr1
29. Kaufland
30. Metro cash &Carry
31. Suncommunication

Список крупнейших предприятий Р.Молдова:

1. Moldovagaz.
2. Moldtelecom.
3. Termoelectrica.
4. FloareaSoarelui.
5. SudzuckerMoldova.
6. EfesVitanta M.B.
7. JLC.
8. Franzeluta.
9. Tutun-CTC.
10. Supraten.
11. Bucuria.
12. Incomlac.
13. Orhei-Vit.
14. BasarabiaNord.
15. ASITO.
16. FabricadebrinzeturidinSoroca.
17. Carmez.
18. FabricadeuntadinFloresti.
19. DAAC Hermes.
20. Macon.
21. Zorile.
22. Floarea-carpet.
23. Combinatuldearticoledincarton.
24. Ionel.
25. Tirex-Petrol.
26. LafargeCiment (Moldova).
27. Metalferos.
28. Moldpresa.
29. Moldagrotehnica.
30. DonarisGroup.

Список успешных зарубежных компаний:

1. AdidasAG.
2. Apple.
3. BenettonGroupSpA.
4. ChryslerGroupLLC.
5. DELL.
6. DuPont.
7. FordMotorCompany.
8. GeneralMotorsCompany.
9. GeneralElectric.
10. Heinz.
11. Hewlett-Packard.
12. IBM.
13. IKEA.
14. JohnDeere.
15. Johnson&Johnson.
16. LeviStrauss&Co.
17. Nestlé S.A.
18. Nike, Inc.
19. NokiaCorporation.
20. PanasonicCorporation.
21. ParkerPenCompany.
22. Philips.
23. Procter&Gamble.
24. Ritz-Carlton.
25. Sony.
26. StandardOil.
27. Starbucks.
28. TheSingerCompany.
29. Wal-Mart.
30. Yamaha.

Таблица.1

Примеры факторов внешней среды

Факторы внешней среды	Примеры:
Социально-культурные (social)	Демография, структура доходов и расходов, базовые ценности, изменение вкусов, мода и образцы для подражания, тенденции образа жизни, репутация компании, мнения и отношение потребителей, представления СМИ, этнические/религиозные факторы, изменения законодательства, затрагивающие социальные факторы.
Технологические (technological)	Развитие производственных технологий, появление новых материалов, применение компьютерной техники для проектирования новых товаров и услуг, изменения в технологии сбора, обработки и передачи информации, усовершенствование средств связи, влияние Интернета, развитие конкурентных технологий, финансирование исследований в отрасли, доступ к технологиям, лицензирование, патенты, проблемы интеллектуальной собственности, законодательство по технологиям.
Экономические (economic)	Экономическая ситуация и тенденции, динамика ставки рефинансирования, обменные курсы валют, уровень инфляции (дефляции), инвестиционный климат в отрасли, общие проблемы налогообложения, налогообложение, определенное для продукта/услуги, сезонность, торговые циклы, основные внешние издержки, цены на энергоносители, сырье и комплектующие, уровень занятости населения в целом и в отрасли.
Экологические (ecological)	Загрязнение окружающей среды, установление норм выбросов, истощение сырьевых ресурсов, отношение общественности к экологическим проблемам.
Законодательно-политические (political)	Нормативные акты местных органов власти и центрального правительства, уровень развития правового регулирования экономики, отношение государства и ведущих политиков к антимонопольному законодательству, кредитная политика местных властей, ограничения на получение ссуд и наем рабочей силы, группы лоббирования/давления рынка, выборы на всех уровнях власти.
Конкуренты	уровнем конкуренции со стороны иностранных и отечественных производителей; появление новых конкурентов, упадок существующих конкурентов, будущие цели конкурентов, текущая стратегия конкурентов, сильные и слабые стороны конкурентов.
Рынок	Востребованность определенных видов продукции/услуг, доля рынка, занимаемая организацией; емкость рынка, защищенность рынка правительством, легкость проникновения на рынок.
Потребители	Основные потребители продукции: пол, возраст, доход; основные предпочтения, частота покупок и т.д.
Поставщики/партнеры	

Таблица 2

Фрагмент анализа факторов внешней среды

Факторы внешней среды	Степень влияния (знак/балл)	Качественная оценка	Критический синтез
1. Социальные 1.1. Увеличение размера пенсий 1.2. ...	+5	существенное	Увеличить выпуск недорогих товаров для этой категории потребителей ...