

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/146326>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Теория организации

Введение 3

Глава 1. Теоретические аспекты формирования и реализация целей организации 5

1.1. Целеполагание компаний 9

1.2. Особенности управления организациями в современных условиях 7

Глава 2. Формирование и реализация целей ООО «Вираз» 12

2.1. Общая характеристика организации 12

2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации 13

2.3. Разработка дерева целей организации 16

Глава 3. Направления совершенствования реализации целей организации 24

3.1. Проблемы и направления развития организации 24

3.2. Экономическая эффективность мероприятий 28

Заключение 38

Список использованных источников 40

Приложения 42

Введение

Для повышения эффективности развития предприятия и сохранения конкурентоспособности необходимы современные подходы к управлению. Одним из наиболее эффективных инструментов управления бизнесом является бизнес-планирование.

Общепризнанным документом процесса реализации целей организации является бизнес-план, который следует составлять как при реализации комплексных мер по развитию, так и в отдельных локальных проектах. В организациях, которые уже участвуют в процессе производства или оказания услуг, бизнес-план можно использовать для разработки новых направлений деятельности. В новых проектах бизнес-план позволяет точнее определить рыночную нишу, понять ситуацию в том или ином сегменте и место компании на этом рынке.

Таким образом, актуальность темы заключается в том, что, начиная свою деятельность или открывая новое направление, предприниматель должен ясно представлять потребность на будущее в финансовых, материальных, трудовых ресурсах, поэтому бизнес-планирование является основой управления как коммерческим проектом, так и самим организациям, осуществляющим этот проект.

Целью курсовой работы является оценка формирования и реализация целей организации в современных условиях.

В связи с вышеизложенным, задачами курсовой работы являются:

- раскрыть теоретические аспекты формирования и реализация целей организации;
- провести анализ формирования и реализации целей ООО «Вираз»;
- определить направления совершенствования реализации целей организации.

Объект исследования – ООО «Вираз»

Предмет исследования – цели в деятельности ООО «Вираз».

Теоретической основой для исследования была работа отечественных и зарубежных экономистов, таких как Балабанов И.Т., Ефимова О.В., Кантор Э.Л., Коновалова Г.И., Садовская Т.А., Сибова Н.М., Чинки Дж., Сорвина О.В., Хамидуллина Г.Р., периодическая экономическая литература, нормативных актов.

Основными методами, используемыми в работе, являются научные методы экономического анализа и синтеза, сравнения, относительные величины, метод цепных замещений и т. д.

В работе сконцентрированы идеи и подходы, разработанные авторами, инновационные концепции управления организацией осваиваются и тестируются в практической деятельности.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Глава 1. Теоретические аспекты формирования и реализации целей организации

1.1. Целеполагание компаний

Постановка целей - ключевой этап в жизни компании. Ведь организации создаются в ожидании какого-то результата. У организации есть как минимум три группы заинтересованных лиц, которые с ее помощью ожидают достичь желаемого: создатели или учредители, клиенты и сотрудники [12, с. 37].

Любой сотрудник, работающий в компании, нуждается в понимании этих ожиданий, иначе его деятельность превращается в хаос или полностью подчиняется его личным интересам или интересам группы, к которой он принадлежит.

Впервые об управлении по целям как важном организационном инструменте заявил экономист Питер Друкер в книге «Практика менеджмента» в 1954 году, введя термин *management by objectives* – управление по целям.

Цель – это желаемое состояние в будущем. Является результатом. Имеет некоторую степень неопределенности. Отвечает на вопрос: «Чего я хочу достичь?»

Задача – деятельность, необходимая для достижения цели. Задачу часто называют подцелью, заданием, поручением. Задача не имеет самоценности, а значима только в связи с целью, которую стремится реализовать. Отвечает на вопрос: «Что я должен делать, чтобы достичь желаемого результата?»

В отличие от функции, и цель и задача содержат обязательное условие времени выполнения, так как могут терять свою актуальность и не приводить к достижению желаемого результата.

Безусловно, количество целей зависит от сложности организации и количества заинтересованных групп, которые ожидают от нее результата. Здесь, однако, есть общие законы [19, с. 65].

- Цель не может быть одна, ибо таким образом мы искусственно ограничиваем организацию и ориентируем на достижение цели только одной заинтересованной группы. Это неизбежно приведет к перекосу в деятельности, конфликтам и потере важных для компании групп.

- Целей не может быть очень много (более десяти), иначе их сложно сбалансировать и уже на этапе их формулировки неизбежны неразрешимые конфликты. Кроме того, внимание человека устроено таким образом, что лучше всего оперирует и управляет количеством от пяти до семи объектов, и мир многозадачности этого не изменил.

- Многие современные эксперты, включая Джона Дорра, считают, что оптимальное количество целей на уровне организации и подразделения – от трех до пяти.

В своей книге «Построенные навечно» Джим Коллинз и Джерри Поррас ввели понятие «большие волосатые амбициозные цели» (BHAGs, или БИХАГи) и продемонстрировали прямую зависимость успеха компании от ее готовности ставить перед собой амбициозные цели. БИХАГи отличаются четкостью и яркостью образа, способного создавать командный дух, равно как и смелостью обязательств [7, с. 114].

БИХАГи вовлекают людей, задевая их за живое. Они четко сфокусированы, хорошо визуализируются, дают энергию. Люди обычно понимают и запоминают их сразу, без дополнительных пояснений, как задачу высадиться на Луну, поставленную Кеннеди в 1961 году.

С 80-х годов прошлого века в мир управления вошла методика SMART, предложенная бизнес-консультантом Джорджем Т. Дюраном, которая и по сей день является самой популярной.

Методология SMART (англ. smart – умный, находчивый) – аббревиатура важных критериев качественно сформулированной цели, которая не допускает разночтений, четко привязана ко времени и мотивирует на достижения:

S – Specific – Конкретная. Чего именно я хочу?

M – Measurable – Измеримая. Как я буду измерять прогресс (в деньгах, в процентах роста, в количестве сотрудников)?

A – Attainable – Достижимая. Как я буду ее достигать?

R – Realistic или Relevant – Реалистичная и релевантная имеющимся ресурсам и ситуации. Какие ресурсы необходимы для достижения?

T – Time-bound – Определенная во времени. Когда я достигну цели?

Такой метод постановки целей имеет ряд преимуществ:

- Менеджер формулирует, что же именно является результатом.

- Уже на стадии формулирования задачи менеджер обдумывает, достаточно ли у сотрудника ресурсов для выполнения.

- У сотрудника есть четкое представление о критериях успеха и оценки поставленной перед ним цели или

задачи.

- Выше вероятность корректного выполнения поставленной цели.

- Результат поступает вовремя, обе стороны экономят время и энергию на дополнительное согласование «а я ожидал».

В традиционной иерархии цели спускаются сверху вниз. В результате сотрудники не понимают, как их деятельность влияет на результаты компании, и не знают (или не помнят), каковы ее цели.

1.2. Особенности управления организациями в современных условиях

Предприятие – это ключевой элемент рыночного хозяйства. Оно является объектом товарно-рыночных отношений, обладает экономической самостоятельностью и способно полностью отвечать за результаты осуществляемой хозяйственной деятельности.

В связи с этим предприятиям приходится формировать систему управления, обеспечивающую высокую эффективность функционирования, финансовую устойчивость и конкурентоспособность.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС Консультант Плюс.
2. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Менеджмент. Задания, тесты, кейсы. Учебное пособие. – М.: КноРус. 2020. – 208 с.
3. Винокур М. Е. Организация производства и менеджмент. Учебно-методический комплекс. – М.: Проспект. 2020. – 168 с.
4. Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебное пособие. – М.: КноРус. 2020. – 224 с.
5. Дашкова И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. – М.: Юрайт. 2020. – 276 с.
6. Заздравных А. В., Казаков С. П., Коро Н. Р. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум. – М.: Юрайт. 2018. – 380 с.
7. Зуб А. Т. Теория менеджмента. Учебник для бакалавров. – М.: Питер. 2020. – 672 с.
8. Карпов А. В. Психология менеджмента. Учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт. 2019. – 482 с.
9. Клыков М. С., Спиридонов Э. С., Рукин М. Д., Менеджмент. – М.: Ленанд. 2017. – 312 с.
10. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. – М.: Юрайт. 2019. – 198 с.
11. Коротков Э. М., Приходько В. И., Иванова Т. Ю. Теория менеджмента. Синергетический менеджмент. Учебник. – М.: Юрайт. 2017. – 332 с.
12. Ксенофонтова Х. З. Корпоративный менеджмент. Учебник. – М.: КноРус. 2020. – 314 с.
13. Литвин Ю. И., Литвин И. Ю., Харисова Р. Р. Проектный менеджмент. Теория и практика. Учебное пособие и практикум для бакалавриата. – М.: Прометей. 2020. – 240 с.
14. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Теория менеджмента. Учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт. 2019. – 288 с.
15. Мардас А. Н., Гуляева О. А., Кадиев И. Г. Стратегический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт. 2019. – 176 с.
16. Маслова Е. Л. Теория менеджмента. Практикум. – М.: Дашков и Ко. 2019. – 158 с.
17. Менеджмент. Учебник для СПО / ред. Кузнецов Ю. В. – М.: Юрайт. 2019. – 448 с.
18. Михненко П. А. Теория менеджмента. – М.: Издательский дом Университета "Синергия". 2018. – 518 с.
19. Петров А. Н. Менеджмент. Учебник для академического бакалавриата. В 2-х частях. Часть 1. – М.: Юрайт. 2019. – 350 с.
20. Романова Ю. Д. Информационные технологии в менеджменте (управлении). Учебник и практикум для СПО. – М.: Юрайт. 2019. – 478 с.
21. Романова Ю. Д., Вокина С. Г., Герасимова В. Г. Информационные технологии в менеджменте (управлении). Учебник и практикум. – М.: Юрайт. 2020. – 412 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://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/146326>