

Проектное задание по курсу Теория организации
«Анализ деятельности региональной компании»

Этап 1. Сбор и анализ данных о компании и продукте

1. Описание компании и продукта:

- отрасль/сфера и виды деятельности, дата создания, этапы;
- Миссия, цели и задачи (если есть)
- Бренд (если есть)
- Вид выпускаемой продукции/услуги, номенклатура и ассортимент;
- Местонахождение;
- Общая аналитическая информация: выручка от реализации, объемы рынка, численность, кредиты и инвестиции, проекты, инфраструктура и пр.;
- Партнеры;
- Другое (патенты, исследования, НИОКР, аффилированные компании, акции и капитализация и пр.)

Этап 2. Анализ организационной структуры компании

- Действующая организационная структура компании, схема;
- Иерархия, подчинение, управление и контроль;
- Недостатки действующей структуры и предложения по ее улучшению.

Этап 3. Анализ внешней и внутренней среды компании

Описание факторов внешней среды:

- Поставщики, потребители, конкуренты, законы, рынок труда, технологии, экология, инфраструктура

Описание факторов внутренней среды:

- Кадры и квалификация, проблемы, конфликты, структура управления, культура, повышение квалификации, обработка информации, стадии жизненного цикла организации, наличие стратегий и планов развития, формулирование миссии, целей и задач, автоматизация и методы управления и пр.
- Таблица. Цели. Подразделения. Мероприятия/задачи. Сроки. KPI с формулой и расшифровкой числителя и знаменателя.

Этап 4. Анализ маркетинговой ПОЛИТИКИ

- Анализ конкурентов: прямых и косвенных (кто, где, по какому виду продукции, доли рынка)
- Сегментация потребителей (по доходу, возрасту, предпочтениям, полу, социальному статусу и пр.);
- SWOT-анализ компании в целом (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз);
- Существующая рекламная политика компании (где, как, через какие каналы продвижения, соцсети, акции, промоушн) ;
- Рекомендации по улучшению маркетинговой политики и бенчмаркинг;
- Расчет рекламного бюджета исходя из предложенных мероприятий.

Этап 5. Описание бизнес-процессов компании

- Описание и представление схемы бизнес-процессов компании;
- Классификация и идентификация бизнес-процессов;
- Используемое оборудование/технологии;
- Выявление ключевых проблем через методы организационной диагностики;
- Реинжиниринг.

Этап 6. Анализ необходимых инвестиций

- Структурирование слабых звеньев по всей цепочке бизнес-процесса с использованием организационных и структурных инструментов совершенствования;
- Расчет необходимых инвестиций с учетом предложенных маркетинговых мероприятий и мероприятий по совершенствованию бизнес-процессов.

Список использованной литературы !!!