

ОТЧЕТ

о результатах диагностики системы управления ОАО «Ишиммаркетинг»

АНО Центр «Аналитик» А.В.Мозолин
2007 г.

Общей целью проекта является обеспечение высокого уровня конкурентоспособности ОАО «ИШИММАРКЕТИНГ» за счет оптимизации маркетинговой деятельности и технологий менеджмента, существующих в компании, а также внедрения системы стратегического планирования и контроля.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Цель и задачи проекта

II. Краткое описание специфики компании

III. Проблемы стратегического уровня (уровень компании)

3.1 Стратегическое планирование

3.2 Возможные варианты решения стратегических проблем

3.3 Методика разработки системы стратегических целей и планов

3.4 Органы, отвечающие за разработку стратегических планов и проектов

3.5 Возможные варианты контроля стратегической управленческой отчетности

IV. Структурно- функциональный уровень проблем

4.1. Перераспределение функций

4.2. Конкретизация зон ответственности и переподчинение

- Исполнительный директор (ИД)
- Сетевые менеджеры (СМ)
- Юрист

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1 Пример положения о маркетинговом подразделении (фрагменты)

Приложение № 2 Причинно-следственные связи в системе сбалансированных показателей

Приложение № 3 Методология системы сбалансированных показателей

Приложение № 4 Глоссарий