МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАМИ)

Кафедра «Менеджмент»

**Утверждаю**

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Заведующая кафедрой\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***Задание на дипломный проект***

**Студент *ФИО***

*Фамилия Имя Отчество*

**Тема: *Проект реорганизации службы маркетинга компании в ответ на негативные изменения рынка***

**Объект исследования*: ЗАО «Сибтехпромкомплект»***

**задание по сбору и обработке информации (определяются конкретные показатели, которые необходимо включить в банк данных по проблеме и объекту исследования, а также основные источники информации провести ситуационный анализ объекта исследования по состоянию на начало календарного года по схеме, разработанной кафедрой (расчет аналитических показателей, прогнозирование, разработке программ различного уровня))***По материалам открытых источников собрать информацию о состоянии рынка, на котором функционирует объект исследования, определить перспективы развития рынка с учетом текущей экономической ситуации в стране. Определить влияние внешней и внутренней среды предприятия на его экономические показатели. Рассмотреть значение и формы организации маркетинговых служб на предприятии. Провести ситуационный экономический анализ исследуемого в дипломном проекте предприятия, определить место маркетинговой службы в его структуре. На основании выполненного анализа рыночного положения компании в регионах, с учетом прогноза изменений на рынке, предложить собственную концепцию реорганизации маркетинговой структуры предприятия в интересах усиления ее рыночных позиций и экономических показателей деятельности.*

**задание по расчету аналитических показателей, прогнозированию, разработке программ различного уровня**

*Проанализировать конъюнктуру рынка на котором функционирует объект исследования. Провести АВС-анализ продукции, SWОT, PEST-анализ исследуемого объекта. Проанализировать функции маркетингового подразделения в разрезе комплекса маркетинга. Обосновать экономическую и организационную целесообразность реструктуризации маркетингового подразделения компании.*

Определить цель и задачи проекта; разработать мероприятия и необходимые работы (с применением структурной декомпозиции работ); определить сроки выполнения мероприятий и работ (построить сетевой граф/график Ганта); определить исполнителей и ответственных (матрица ответственности); бюджет и ресурсы на выполнение проекта (план/структура затрат, источники ресурсов); определить эффективность предложенных мероприятий (экономическую/социальную и др.)

***Задание выдано 10/31/2013***

***Нормативный срок окончания обучения 7/15/2014***

***месяц/число/год***

***Руководитель дипломного проекта*** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_ФИО \_/

*Личная подпись И.О. Фамилия*

***Задание принял к исполнению «\_\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20 г.***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Подпись студента*