

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
Государственный Университет Управления

# **Кейс №2**

## **Развитие организации управления маркетинга**

Подготовили:

Студентки Института Маркетинга 4-1, в/о

Белобрагина А.

Севостьянова Н.

Иванчук К.

# О компании

ОАО "Кондитерский концерн Бабаевский" - старейшее предприятие России входящее в холдинг "Объединенные кондитеры". Он был основан в 1804 году как небольшая кондитерская мастерская по производству варенья, мармелада, пастилы.

## **Основными видами деятельности являются:**

- производство и сбыт кондитерских изделий и полуфабрикатов;
- производство и реализация прочих товаров народного потребления;
- производство и реализация продукции производственно-технического назначения;
- осуществление научных и прикладных разработок в области техники, технологии, экономики и организации производства и реализации их;
- разработка новых видов кондитерских изделий, новых технологий их производства, реализация ноу-хау в области кондитерского производства.

# О компании

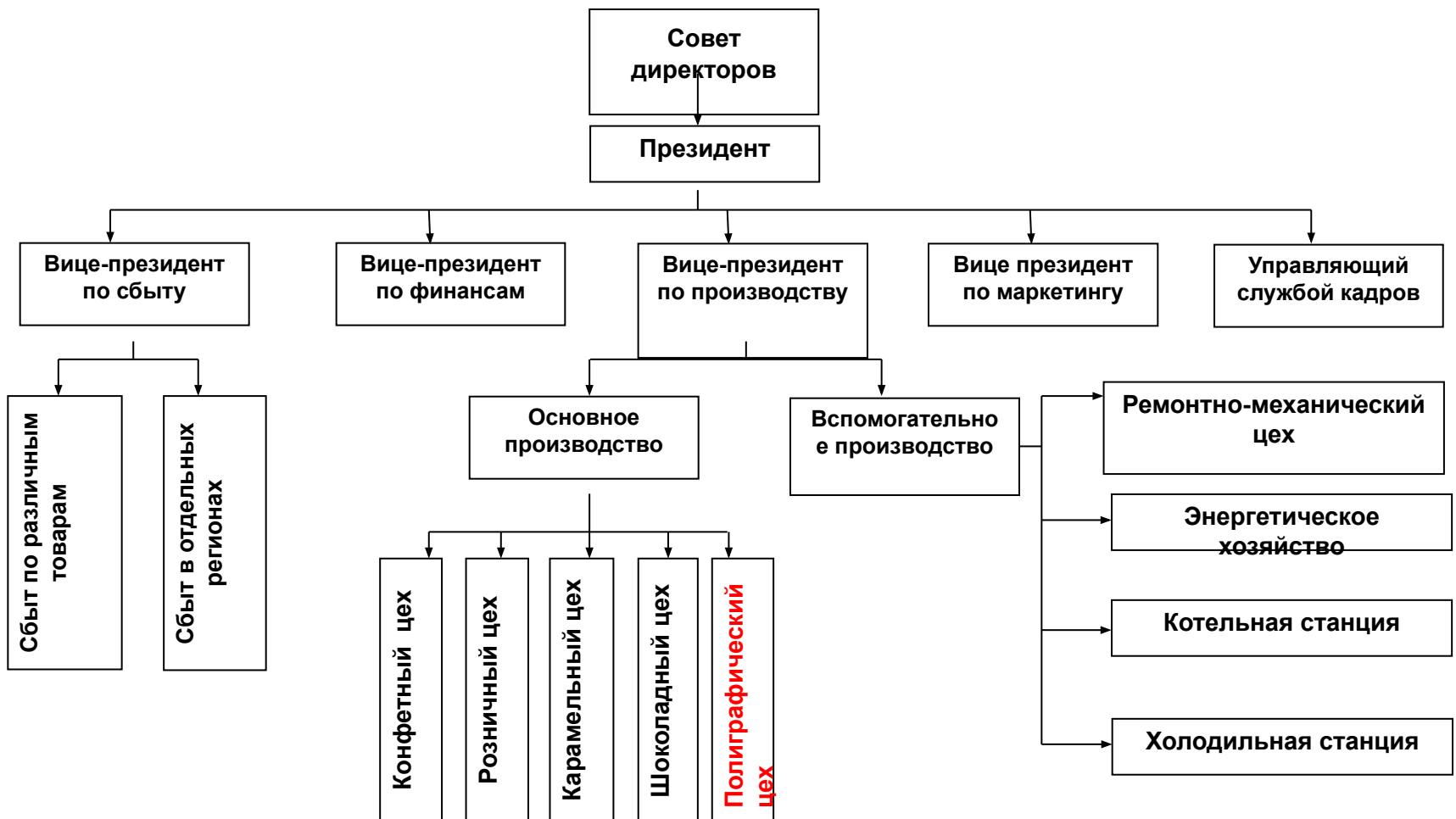
Целью концерна - обеспечение потребителей качественной и полезной продукцией.

## Ассортимент

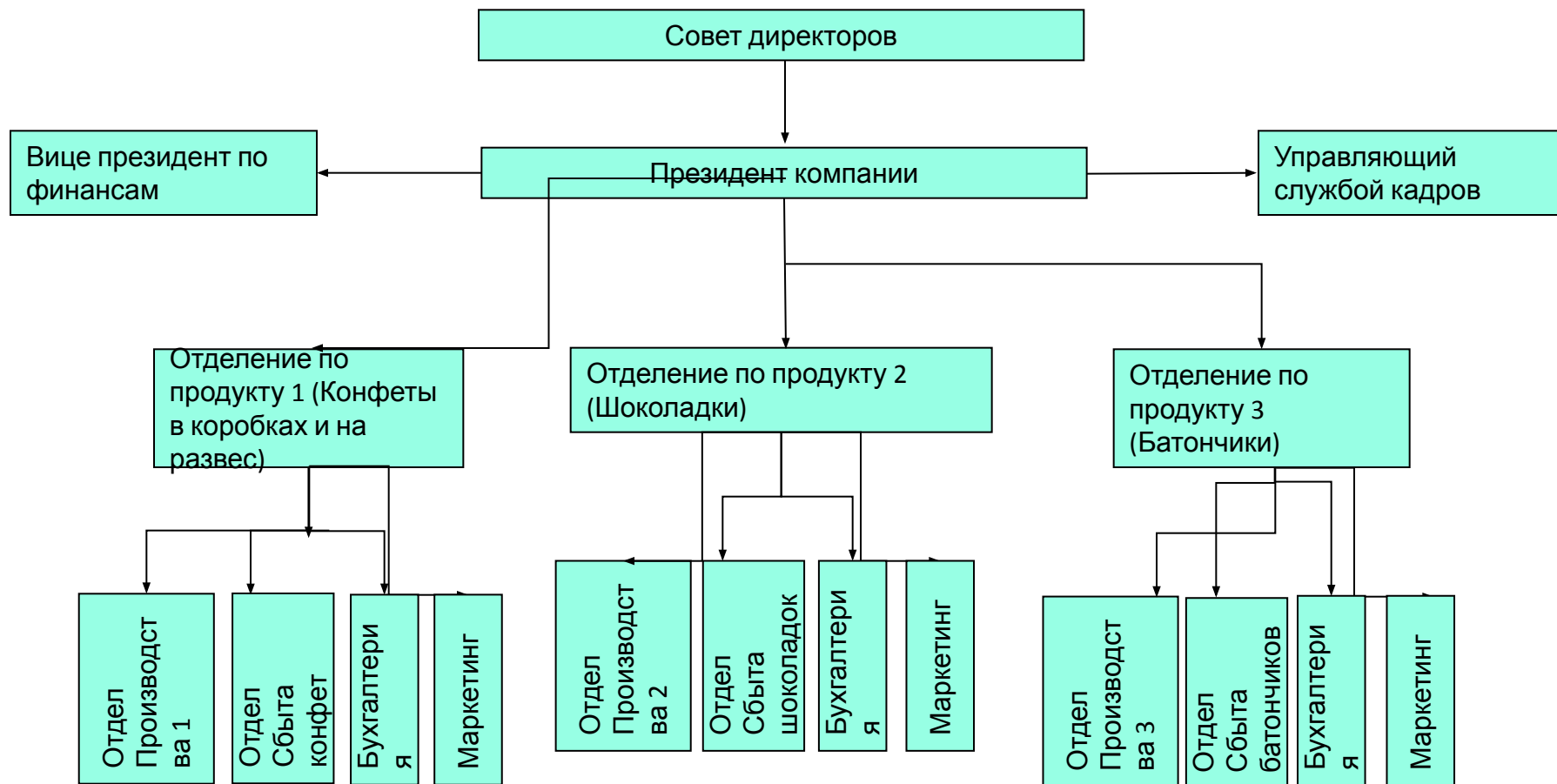
- Различные батончики;
- Шоколад;
- Конфеты весовые;
- Конфеты в коробках;

Структура аппарата управления представляет собой линейно-функциональную модель управления.

# Организационная структура



# Совершенствование организационной структуры



# Организационная структура

## ***ПРЕИМУЩЕСТВА***

Достоинства дивизионального структурного подхода.

Быстрая реакция, хорошая адаптируемость к нестабильной внешней среде.

Стимулирует повышенное внимание к потребностям покупателей.

Отличная координация действий функциональных подразделений.

## ***НЕДОСТАТКИ***

Дублирование ресурсов в подразделениях.

Менее высокий уровень технического развития и специализации в подразделениях.

Слабая координация взаимодействия подразделений.

# Роль маркетинга в компании

## *Задачи отдела:*

- изучение спроса
- приспособление производства к требованиям рынка и активное воздействие на него
- снижение себестоимости продукции
- поиск и использование новых потенциалов

## *Функции отдела:*

- Анализ рынка
- Конкурентный анализ
- Разработка коммуникационной стратегии
- Контроль

**Спасибо!**