

工程公司经营管理与市场开发管理最佳实践

1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 全面了解公司组织形式的市场开发工作；
- ✓ 掌握国内 EPC、房建、公路招投标过程中的价格组成分析；
- ✓ 认识和了解前提投标运作过程中一次经营对二次经营的影响；
- ✓ 认知市场开发人员对市场开发能力提升的必要手段。

2. 教学方法

传统授课式教学方法占用 1/3 时间，案例分析与讨论占用 1/3 时间，学员沟通与互动占用 1/3 时间。

3. 学员组成

中交一航局国内项目市场开发经营人员。

4. 课堂安排

采用分组方法，每小组成员 8-10 名。

5. 教学时间

基本教学时间安排 2 天。

6. 课程大纲：

第一章：某公司市场开发项目案例介绍

- 某市场开发案例分析
- 基本案例介绍
- 案例过程讨论
- 结论分析

第二章：公司的经营管理和市场管理基本介绍

- 公司工程市场开发渠道介绍
- 市场开发部门的基本架构与设置
- 市场开发管理的具体分类
- 经营管理的特点与分析

- 经营管理工作实操

第三章：国内 EPC、房建、公路招标投标管理的流程操作

- 投标管理工作的步骤分解
- 投标过程的风险分析
- 投标决策的必要性
- 决策主要依据分析
- 投标过程中能不平衡报价的必然性分析
- 计价方式的基本介绍与分析

第四章：国内 EPC、房建、公路报价管理过程中的成本控制与分析

- 报价数据来源
- 过程中的定额分析
- 过程中的实际成本分析
- 两者的主要分析区别

第五章：工程项目的成本管控与风险控制

- 开发阶段与设计阶段的造价接口因素分析
- 设计分阶段的造价影响因素分析
- 上述影响因素分析与决策
- 设计各个阶段的造价影响
- 限额设计与优化设计的造价管理特性
- 设计管理的细分原则
- 各个阶段的设计管理与造价关系
- 设计成本费用的三分法
- 限额设计落地进行实务性分析
- 优化设计落地进行实务性分析
- 驻场设计的优势落地与分析
- 采购战略与造价分析预测
- 采购平台与造价分析特点
- 采购流程与造价的分析限制
- 采购与其他项目管理阶段的造价影响力分析
- 设计与采购的接口分析
- 接口分析下的造价管控

- 项目施工阶段的造价影响因素分析
- 动态因素的比重分析与决策
- 核心造价因素分析
- 现场布置与造价的动态管理
- 设计与施工的接口分析
- 施工与采购的接口分析
- 设计、采购、施工的双接口分析
- 接口向下的成本分析
- 成本控制与开源节流

第六章：公司一次经营与二次经营的合理性分析与关系

- 一次经营的基本策略与介绍
- 二次经营的必然性与潜在处理方式
- 设计方面影响到的二次经营
- 采购方面影响到的二次经营
- 施工方面影响到的二次经营

第七章：市场深度开发与分析处理

- 市场信息渠道建设
- 项目信息筛选全过程
- 项目开发过程五大流程目标
- 开发总结与项目转交
- 项目融资的可能性分析

第八章：市场开发人员的能力提升路径

- 市场开发人员的必备素质
- 市场开发人员的基本能力要求
- 市场开发的业务能力要求
- 上述能力的培养渠道与提升

第九章：自由讨论与交流

- 学员提问
- 互动讨论
- 结束