

Kazimir Shkirtovsky
Zarządzanie I
1 rok
2 semestr
tryb:dzienny

8/6/2023

Apple Inc.

Wstęp

Apple Inc. to międzynarodowa firma technologiczna, która projektuje, rozwija i sprzedaje elektronikę użytkową, oprogramowanie i usługi online. Firma znana jest przede wszystkim ze swoich produktów sprzętowych (iPhone, iPad, Mac, Apple Watch, Apple TV). Zapewniają również usługi programowe (iOS, macOS, iCloud, Apple Music, App Store, Apple Pay)

Produkty i usługi Apple są skierowane do szerokiego grona klientów: konsumentów indywidualnych, firm, instytucji edukacyjnych i profesjonalistów. Firma obsługuje globalną bazę klientów i ma silną pozycję w różnych krajach na całym świecie. Apple działa w branży technologicznej, w szczególności w sektorze elektroniki użytkowej i oprogramowania. Są uznawane za jedną z wiodących firm w branży technologicznej i są znane ze swojej innowacyjności, doskonałości projektowej i przyjaznych dla użytkownika interfejsów.

Apple koncentruje się na dostarczaniu wysokiej jakości, innowacyjnych produktów i usług, które łączą technologię i wzornictwo, aby poprawić wrażenia użytkowników w wielu branżach i segmentach klientów.

Na 3 następnych stronach znajduje się opis roli informacji w działach R&D, sprzedaży i marketingu, prawnego.

1. Dział	<i>R&D (Badania i Rozwój)</i>
2. Funkcja	<i>Rozwój nowego oprogramowania i sprzętów</i>
3. Ogólny obszar informacji	<i>Postęp technologiczny, trendy rynkowe</i>
4. Źródło informacji:	
wewnętrzne	<i>Raporty z badań wewnętrznych Dokumentacja projektowa</i>
zewnętrzne	<i>Publikacje, badania, artykuły naukowe Wyciek informacji od konkurentów</i>
pierwotne	<i>Badania przeprowadzone przez zespół R&D</i>
wtórne	<i>Raporty z badań rynku, analiza konkurencji</i>
5. Procesy informacyjne:	
generowania	<i>Przeprowadzanie eksperymentów Rozwój prototypów</i>
gromadzenia	<i>Zbieranie danych z użytkowników</i>
przechowywania	<i>Przechowywanie wyników badań i innych danych w bazach danych</i>
przekazywania	<i>Udostępnianie danych odpowiednim zespołom</i>
przetwarzania	<i>Przeprowadzanie analiz statystycznych</i>
udostępniania	<i>Współpraca z innymi działami</i>
interpretacji	<i>Identyfikacja potrzeb</i>
wykorzystywania	<i>Zastosowanie wyników badań w rozwoju</i>
6. Jaka jest specjalizacja procesu informacyjnego	<i>Obejmuje bycie na bieżąco z postępem technologicznym, przeprowadzanie eksperymentów i interpretowanie wyników badań w celu tworzenia oprogramowania i sprzętu</i>
7. Informacje w obrębie stanowiska:	<i>Rozwój\badania oprogramowania i sprzętów</i>
jaki informacje są niezbędne do wykonania zadań na danym stanowisku?	<i>Specyfikacje techniczne, wymagania projektowe, harmonogramy projektów</i>
komu te informacje mogą być potrzebne?	<i>Inżynierowie, projektanci, kierownicy</i>
jaki informacje wzmacniają kompetencje na danym stanowisku?	<i>Doświadczenie w rozwiązywaniu problemów, zrozumienie rynku i ideologii firmy</i>
8. Metoda zbierania informacji:	
wywiad	<i>--</i>
analiza dokumentacji	<i>Analiza dokumentacji innych</i>
obserwacja	<i>Obserwacja sukcesów/porażek konkurentów</i>
ankieta	<i>--</i>
eksperyment	<i>Wdrażanie nowej funkcjonalności dla ograniczonej grupy osób</i>
9. Nośniki informacji	
papierowe	<i>Dokumenty projektowe, drukowane raporty</i>
elektroniczne	<i>Bazy danych, cyfrowe dokumenty badawcze</i>

1. Dział	<i>Sprzedaż i marketing</i>
2. Funkcja	<i>Promowanie/sprzedaż produktów/usług Badania rynkow, zwiększanie przychodów</i>
3. Ogólny obszar informacji	<i>Trendy rynkowe, pozycjonowanie produktów, analiza konkurencji</i>
4. Źródło informacji:	
wewnętrzne	<i>Raporty sprzedażowe, wewnętrzne dane produktowe.</i>
zewnętrzne	<i>Raporty z badań rynku, publikacje branżowe, badania sprzedaż.</i>
pierwotne	<i>Własne badania rynku</i>
wtórne	<i>Raporty/analizy branżowe</i>
5. Procesy informacyjne:	
generowania	<i>Identyfikacja rynków celowych, rozwój kampanij marketingowych.</i>
gromadzenia	<i>Badania sprzedaż, analizowania rynków.</i>
przechowywania	<i>Danych klientów, wyników badań rynkowych</i>
przekazywania	<i>Udostępnianie materiałów marketingowych/raportów zespołom firmowym</i>
przetwarzania	<i>Analizowanie danych klientów, trendów rynkowych</i>
udostępniania	<i>Współpraca z zespołami wewnętrznymi (np. R&D)</i>
interpretacji	<i>Interpretacja wyników badań rynkowych, opinii klientów/mediów</i>
wykorzystywania	<i>Stosowanie do opracowywania strategii marketingowych</i>
6. Jaka jest specjalizacja procesu informacyjnego	<i>Gromadzenie/analizowanie/używanie informacji do opracowywania marketingu</i>
7. Informacje w obrębie stanowiska:	<i>Powieszenie sprzedaży/rozwój marketingu</i>
jakie informacje są niezbędne do wykonania zadań na danym stanowisku?	<i>Cele sprzedażowe, typy klientów, kampanie marketingowe, strategie cenowe</i>
komu te informacje mogą być potrzebne?	<i>Menedżerowie sprzedaży/marketingu/produktu.</i>
jakie informacje wzmacniają kompetencje na danym stanowisku?	<i>Trendy rynkowe, analiza konkurencji, pragnienia klientów, rozumienia branżowe.</i>
8. Metoda zbierania informacji:	
wywiad	<i>--</i>
analiza dokumentacji	<i>Analizowanie raportów z badań rynkowych, danych konkurencji, ewidencji sprzedaży.</i>
obserwacja	<i>Monitorowanie zachowań klientów, analityka telemetrii</i>
ankieta	<i>--</i>
eksperyment	<i>Fałszywe „wycieki” informacji, badania opinii potencjalnych klientów/mediów</i>
9. Nośniki informacji	
papierowe	<i>Drukowane raporty sprzedaży</i>
elektroniczne	<i>Cyfrowe materiały marketingowe, komunikacja e-mailowa, dane klientów w bazach danych.</i>

1. Dział	<i>Prawny</i>
2. Funkcja	<i>Zapewnienie zgodności z prawem/generowanie umów/ochrona własności intelektualnej/prowadzenie sporów prawnych</i>
3. Ogólny obszar informacji	<i>Prawa i regulacje/kwestie umowne/prawa własności intelektualnej/spory sądowe</i>
4. Źródło informacji:	
wewnętrzne	<i>Dokumenty prawne/umowy/polityki firmy</i>
zewnętrzne	<i>Statuty prawne/rozporządzenia/standardy branżowe</i>
pierwotne	<i>Opracowania prawne/umowy</i>
wtórne	<i>Literatura prawnicza/bazy prawnicze/zewnętrzne opinie prawne</i>
5. Procesy informacyjne:	
generowania	<i>Projekty aktów prawnych/umowy/regulaminy</i>
gromadzenia	<i>Informacja prawna/precedensy spraw/regulaminów</i>
przechowywania	<i>Dokumenty prawne\umowy\akty</i>
przekazywania	<i>Dzielenie się poradami i opiniami prawnymi z odpowiednimi interesariuszami</i>
przetwarzania	<i>Analizowanie implikacji prawnych Przeprowadzanie badań prawnych</i>
udostępniania	<i>Współpraca z zespołami wewnętrznymi</i>
interpretacji	<i>Interpretacja przepisów prawa/rozporządzeń/umów/orzecznictwa</i>
wykorzystywania	<i>Wiedzwów prawnych w celu zapewnienia zgodności z prawem</i>
6. Jaka jest specjalizacja procesu informacyjnego	<i>Analiza i interpretacja informacji prawnych w celu: udzielania porad prawnych, zapewniania zgodności z prawem, ochrony własności intelektualnej oraz reprezentowania interesów</i>
7. Informacje w obrębie stanowiska:	<i>Badania i analizy prawne</i>
jakie informacje są niezbędne do wykonania zadań na danym stanowisku?	<i>Ustawy/rozporządzenia/orzecznictwo/umowy/precedensy prawne/prawa własności intelektualnej</i>
komu te informacje mogą być potrzebne?	<i>Radcowie prawni/kierownicy działów/CEO</i>
jakie informacje wzmacniają kompetencje na danym stanowisku?	<i>Wiedza na temat zmian prawnych/zmian w przepisach/wymagań prawnych</i>
8. Metoda zbierania informacji:	
wywiad	<i>Z interesariuszami/ekspertami/świadkami</i>
analiza dokumentacji	<i>Dokumenty prawne/umowy/akty/sprawy</i>
obserwacja	<i>Obserwowanie postępowań sądowych</i>
ankieta	<i>Ustrukturyzowane kwestionariuszy lub ankiety</i>
eksperyment	<i>Przeprowadzanie prawnych eksperymentów w celach badawczych</i>
9. Nośniki informacji	
papierowe	<i>Dokumenty (kopii) prawne, umowy, akty</i>
elektroniczne	<i>Prawnicze bazy danych, cyfrowe kopie dokumentów, emaily</i>