

Раздел 10. Маркетинговые мероприятия.


10.1 Стратегическое планирование и его этапы.

Планирование маркетинга.

Контроль. Типы маркетингового контроля.

Основы менеджмента и маркетинга

Термин «стратегическое планирование» был введен в обиход на стыке 60—70-х гг. для того, чтобы обозначить разницу между текущим управлением на уровне производства и управлением, осуществляемым на высшем уровне. Ведущей идеей, отражающей сущность перехода от оперативного управления к стратегическому, явилась идея необходимости переноса центра внимания высшего руководства на окружение, для того чтобы соответствующим образом и своевременно реагировать на происходящие в нем изменения .



Стратегическое планирование представляет собой набор процедур и решений, с помощью которых разрабатывается стратегия п\п, обеспечивающая достижение целей функционирования предприятия.

Процесс стратегического планирования является инструментом, с помощью которого обосновываются управленческие решения в области хозяйственной деятельности. Его важнейшая задача обеспечить нововведения и организационные изменения, необходимые для жизнедеятельности предприятия.

Функции стратегического планирования

```
graph TD; A[Функции стратегического планирования] --> B[Распределение ресурсов]; A --> C[Адаптация к внешней среде]; A --> D[Координация и регулирование]; A --> E[Организационные изменения];
```

**Распределение
ресурсов**


**Адаптация
к внешней
среде**

**Координация
и
регулирование**

**Организационные
изменения**

Процесс стратегического планирования включает:

- определение миссии п\п, организации;
 - формулирование целей и задач функционирования п\п;
 - оценку и анализ внешней среды;
 - оценку и анализ внутренней структуры;
 - разработку и анализ стратегических альтернатив;
 - выбор стратегии.
-



Процесс стратегического управления (кроме стратегического планирования) включает также:

- реализацию стратегии;
 - оценку и контроль выполнения стратегии.
-



Основные компоненты стратегического планирования:

1. Определение миссии организации.
 2. Формулирование целей и задач.
 3. Анализ и оценка внешней и внутренней среды.
 4. Разработка и анализ стратегических альтернатив, выбор стратегии.
 5. Реализация стратегии.
-

В стратегическом плане фирмы определяется, какими именно производствами она будет заниматься, и излагаются задачи. Если производство включает несколько ассортиментных групп, несколько товаров, марок и рынков, то на каждую из этих позиций должен быть разработан отдельный план. Все эти планы можно обозначить одним термином - *«план маркетинга»*. Согласно многим исследованиям, возможности предприятия тем шире, чем теснее планирование маркетинга увязывается со стратегическим планированием.

Преимущества маркетингового планирования заключаются в том, что планирование:

- побуждает руководителя перспективно мыслить;
 - способствует более четкой координации усилий п\п;
 - ведет к установлению показателей деятельности для последующего контроля;
 - позволяет четче определить задачи предприятия;
 - создает предпосылки фирме быстрее реагировать на рыночные перемены;
 - наглядно демонстрирует взаимосвязь обязанностей всех должностных лиц.
-

Стратегический анализ маркетинга

Стратегическая платформа маркетинга

Получение информации о внешних факторах (покупатели, конкуренты, торговля, предприятия, шансы, риск)

Стратегический план маркетинга

Стратегическая концепция

Разработка целей предприятия, создание условий для проникновения на рынок (наличие ресурсов, ассортимент продуктов, цены, риск, реклама сбыт, сервис и т.д.)

Практические меры по осуществлению плана маркетинга

Стратегические результаты маркетинга

Планирование конкретных мер по осуществлению плана (практические действия и шаги, сроки, ответственность, бюджет, позиция на рынке, эффективность мер)

Процесс стратегического планирования состоит из 7 взаимосвязанных этапов; осуществляется совместно руководством фирмы и сотрудниками маркетинговых служб.

Определение задачи организации



Создание стратегических хоз-х подразделений



Установление целей маркетинга



Ситуационный анализ



Разработка стратегии маркетинга



Реализация тактики



Слежение за результатами



Домашнее задание:

- 1. В чем разница между стратегическим планированием и стратегическим управлением?**
 - 2. Каковы основные компоненты стратегического планирования?**
 - 3. В чем особенность стратегического планирования в маркетинге?**
-