

# **Маркетинговое планирование**

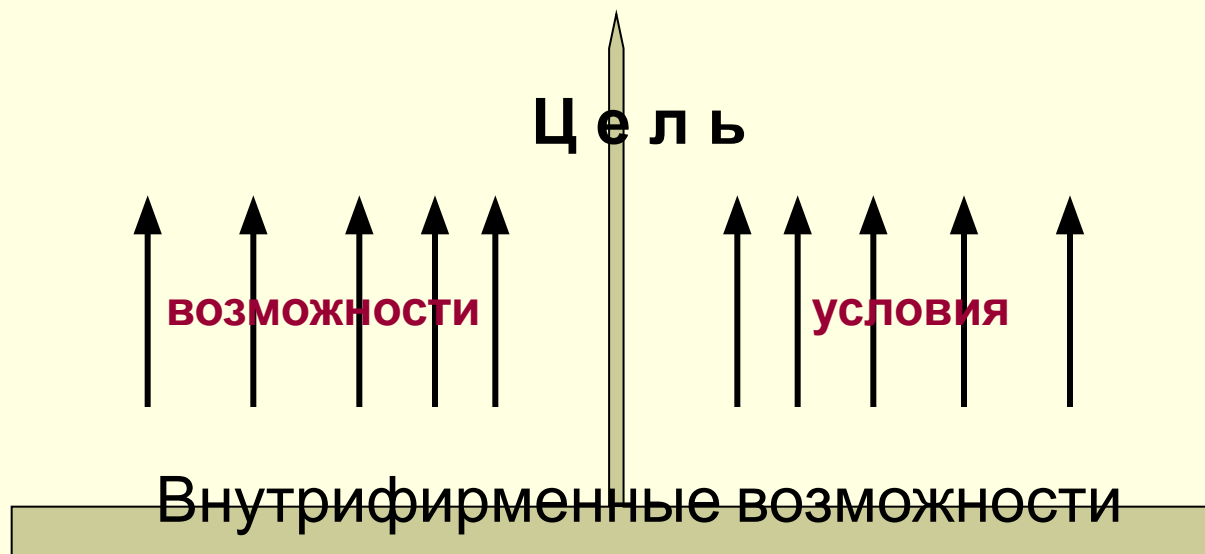
**Проф., д. фарм. н. Бушуева И. В.**

*Stratēgós (греч.)* – искусство руководителя (военачальника).

*Stratēgia (греч.)* – операция, действие в процессе управления (командования).

**Стратегия** – разработка и осуществление целенаправленных действий, основанных на возможностях и учёте условий их осуществления.

**Маркетинговая стратегия** – комплекс средств (теоретических и практических) достижения главной цели: завоевания и сохранения устойчивого конкурентного преимущества фирмы на рынке.



# *Принципы разработки маркетинговых стратегий*

*(по И. Ансоффу)*

---

- установление общих направлений роста и укрепления позиций фирмы в соответствии с ее миссией;
- определение возможностей, разработка проектов и методов их реализации;
- создание «обратной связи», определяющей гибкость действий и возможность их коррекции.



# *Содержание маркетинговых стратегий*

*(по Р. Уинсли)*

---

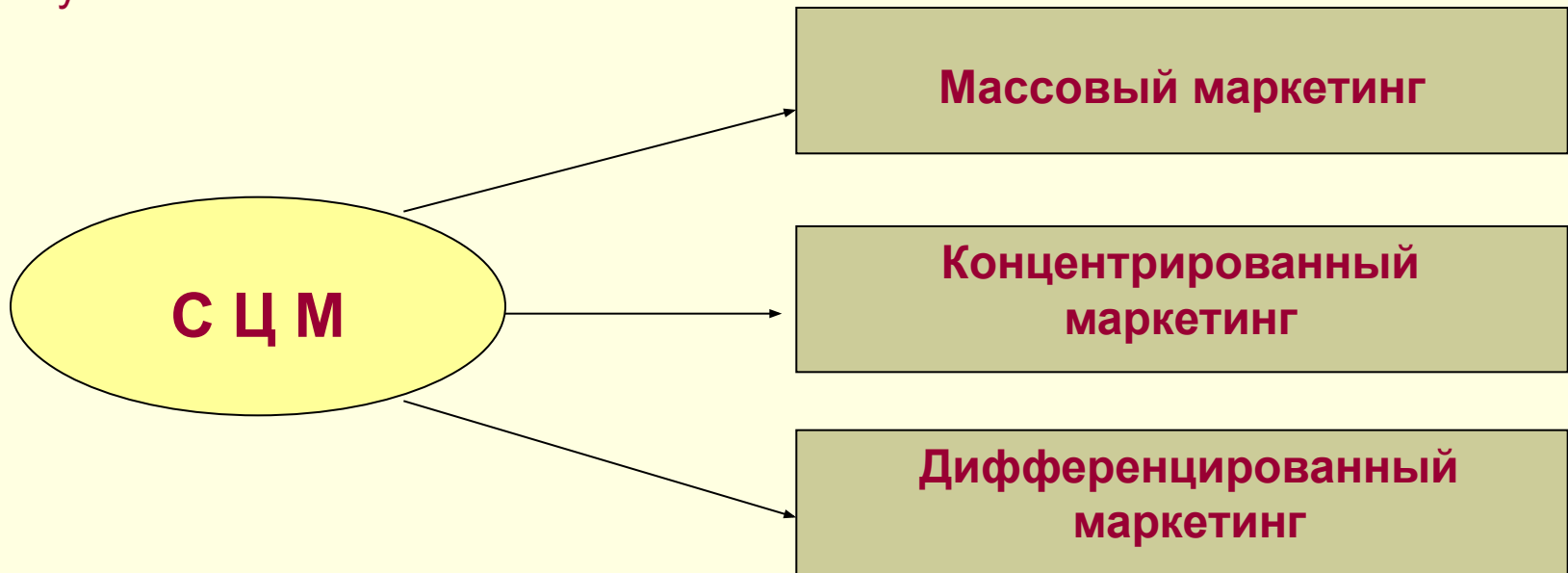
- создание условий преимущества фирмы в целом;
- создание товарных и потребительских преимуществ;
- создание преимуществ взаимодействия фирмы с внешней средой.



# Стратегии целевого маркетинга (СЦМ)

**Стратегии целевого маркетинга (СЦМ)** – это альтернативные методы, которые используются фирмами при определении и удовлетворении целевого рынка.

**Целевой рынок** – совокупность покупателей, обладающих схожестью потребностей и характеристик, которых компания намерена обслужить.



# Планирование в маркетинге

---

- Разработка и определение цели (выбор товара, объекта услуги)
- Определение места бизнес деятельности (выбор рынка, расчет ёмкости сегмента)
- Оценка собственных (внутрифирменных) возможностей
- Оценка конкурентов (их наличия, количества, силы)
- Определение способа достижения поставленной цели (стратегия и тактика)
- Прогнозирование затрат и рисков

