МАРКЕТИНГ ПРОЕКТА

Раздел 4. Методологические основы управления проектами

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Современная концепция маркетинга в управлении проектами

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «МАРКЕТИНГ»

4

1. Вид деятельности (практическая деятельность)
2. Управленческая функция
3. Наука о процессе обмена
4. Средство обеспечения преимуществ в конкурентной борьбе
5. Инструмент формирования рыночной среды и встраивания предприятия в эту среду
6. Ориентированный на рынок стиль мышления
7. Философия бизнеса (концепция управления)
8. Процесс согласования возможностей компании и запросов потребителей

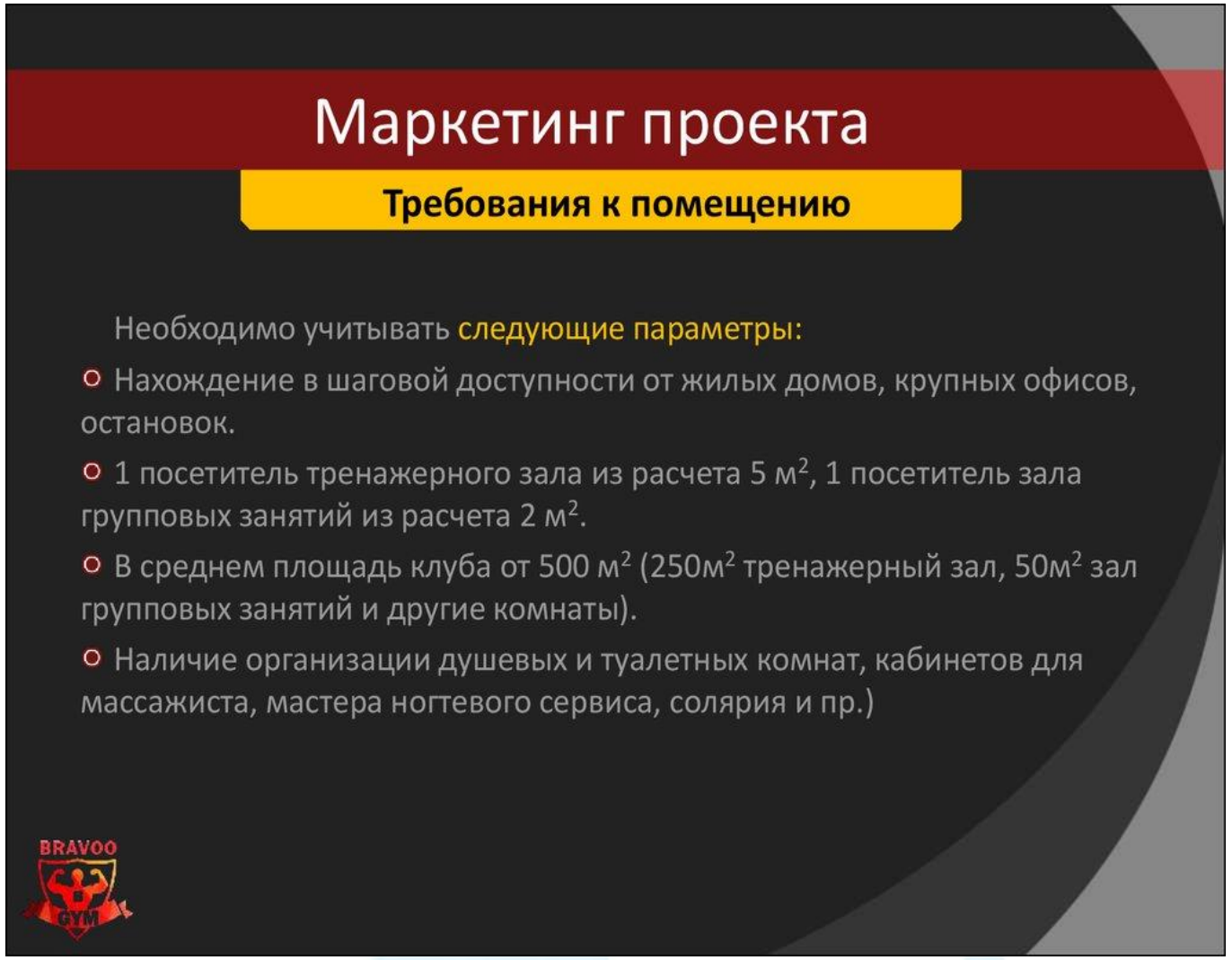
* По данным Американской ассоциации маркетинга, сейчас имеется более 2000 определений маркетинга.

- Вертикальная (содержательная) структура маркетинга проекта;
- Горизонтальная (временная) структура маркетинга.

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Совокупность маркетинга проекта

- Маркетинговые исследования;
- Разработка стратегии маркетинга;
- Формирование концепции маркетинга;
- Программа маркетинга проекта;
- Бюджет маркетинга проекта;
- Реализация мероприятий по маркетингу проекта.



РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Маркетинговые исследования

Маркетинговые исследования — базовая деятельность, обеспечивающая все дальнейшие мероприятия по маркетингу необходимой информацией.

Структура маркетинговых исследований:

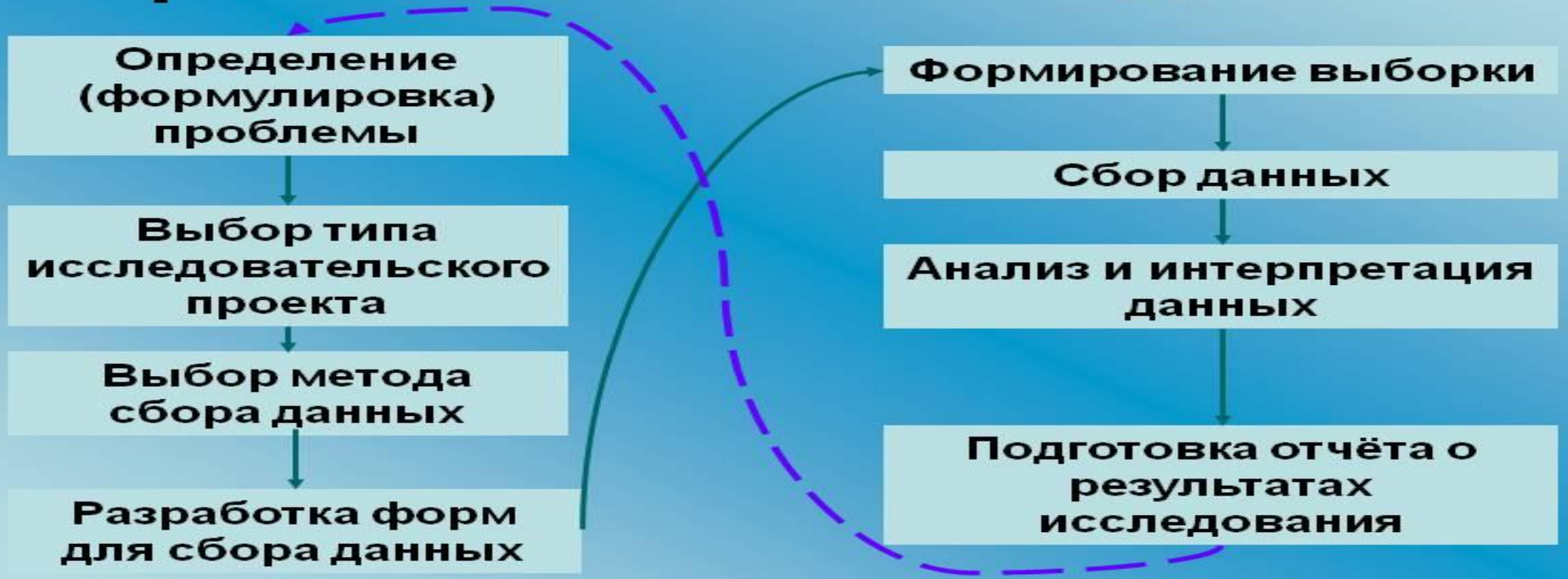
- Организаций исследований
- Внешний анализ
- Внутренний анализ

Маркетинговые исследования потребителей позволяют решить следующие задачи:

- сегментирование потребителей;
- выявление перспективных сегментов рынка;
- изучение структуры спроса и потребления продукта;
- построение модели потребительского поведения;
- изучение портрета потребителя, включая психографический портрет;
- изучение мотиваций потребления продукта;
- изучение удовлетворенности потребителей;
- изучение лояльности потребителей к продукту и брендам;
- изучение готовности потребителей к тратам;
- изучение медиапредпочтений потребителей.

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Этапы процесса маркетинговых исследований



РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Разработка маркетинговой стратегии проекта

Маркетинговой стратегией проекта называют совокупность глобальных (общезначимых для всего проекта) целевых установок (структуры целей, принципиальных методов их достижения), ориентирующих всю деятельность по маркетингу проекта в направлении достижения максимального рыночного результата.

Стратегический анализ включает в себя:

- SWOT-анализ с количественной оценкой экспертов;
- Анализ стратегической позиции проекта;
- Оценку синергетического эффекта стратегических позиций проекта;
- Определение целевых стратегических позиций;
- Определение структуры целей и стратегии проекта.

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Базовые маркетинговые стратегии

- лидерства по издержкам;
- дифференциации;
- концентрации усилий на рыночной нише;
- проникновения на рынок;
- развития рынка;
- диверсификации;
- разработки продукта;
- расширения рынка.

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Формирование концепции маркетинга проекта

Концепция маркетинга — тактический срез всей маркетинговой деятельности, в котором определяются среднесрочные, важные (но, в отличие от стратегии, не общезначимые для всего проекта) направления, целевые ориентиры, выбранные методы реализации определенной ранее стратегии.

Основные этапы позиционирования продукции и проекта:

- Определение комплексов «товар—рынок—технология»;
- Определение целевых позиций продукции проекта;
- Планировани модели жизненного цикла продукции проекта;
- Формирование тактики конкурентной борьбы;
- Разработка основных направлений маркетинга.

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Программа маркетинга проекта

Программа маркетинга проекта представляет собой комплекс практических, краткосрочных мероприятий по реализации концепции маркетинга проекта.

Структура программы маркетинга:

- Управление продукцией
- Управление ценой
- Управление продвижением
- Управление сбытом

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Бюджет маркетинга проекта

Бюджет маркетинга проекта является обязательной и неотъемлемой составляющей проекта и представляет собой в общей форме план денежных поступлений и выплат, связанных с реализацией программы маркетинга. Формирование бюджета маркетинга производится в рамках общего бюджетирования проекта.

Расходная часть бюджета:

- Расчет себестоимости производства продукции
- Расчет затрат на рекламу и продвижение товаров
- Расчет затрат на организацию и функционирование системы сбыта

Доходная часть бюджета:

- Проектирование поступлений от продаж

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Определение расходов на маркетинг

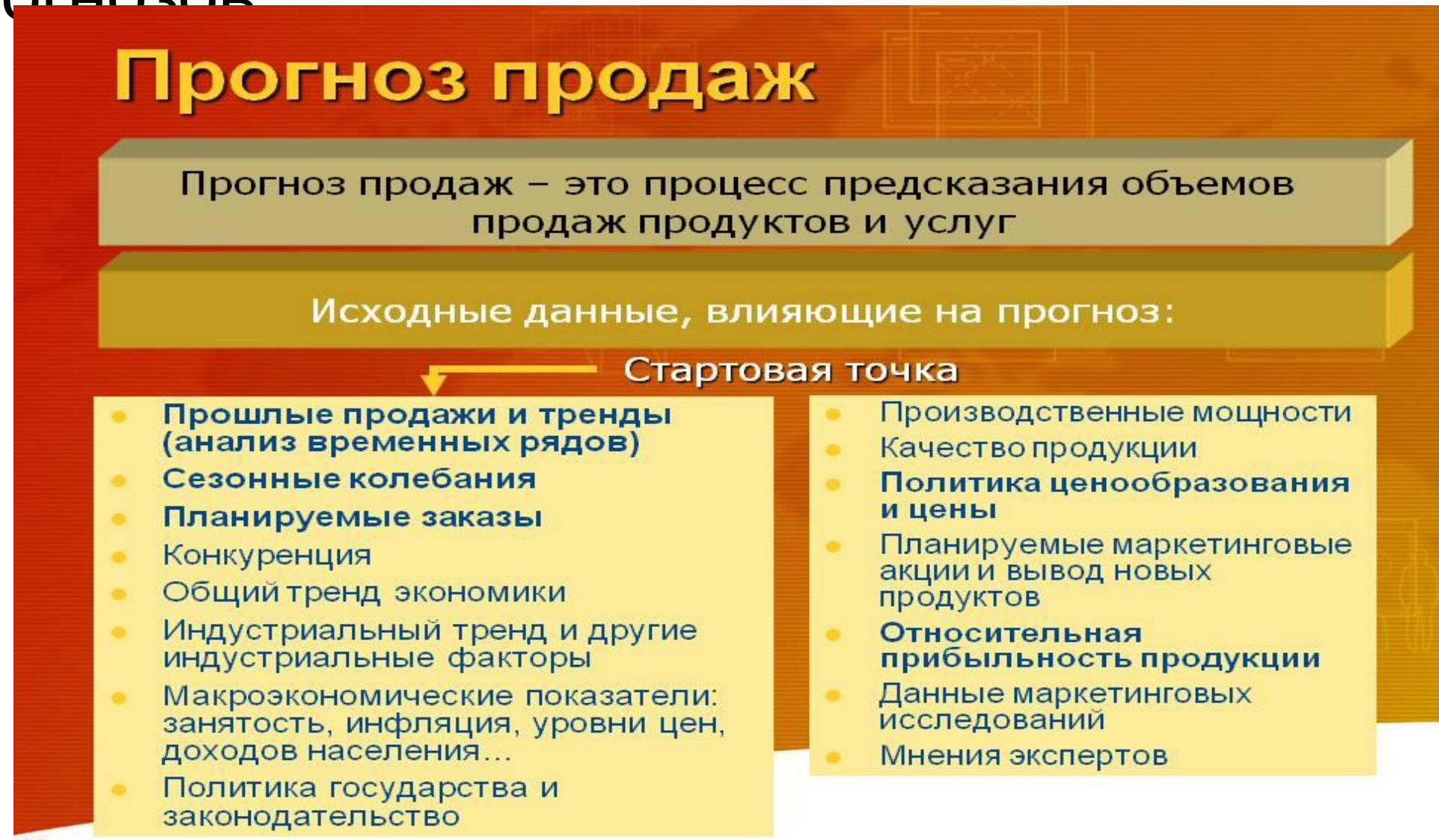
Затраты на разработку и выведение на рынок нового товара в США:

- Фундаментальные исследования – 3-6% сметных затрат;
- Прикладные НИОКР – 7-18%;
- На подготовку технологического оборудования и, если необходимо, строительство новых предприятий – 40-60%;
- Налаживание серийного производства – 5-16%;
- На рекламу, стимулирование продаж, организацию товародвижения и сбытовой сети – 10-27% .

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Проектирование поступлений от продаж основывается на следующих видах прогнозов:

- Объемы продаж по периодам;
- Объемы продаж по продуктам и услугам;
- Объемы продаж по группам потребителей;
- Доля рынка.



РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Реализация маркетинга проекта

Под реализацией маркетинга понимается выполнение ранее запланированных действий, контроль результатов этих действий, планирование и реализация мероприятий корректирующего и предупреждающего характера.

Реализация мероприятий по маркетингу проекта включает:

- Управление продукцией
- Управление ценой
- Управление продвижением
- Управление сбытом

Механизмы контроля, используемые при реализации маркетинга:

- Сбор информации о результатах маркетинговых мероприятий;
- Оценка эффективности маркетинга;
- Сравнение с запланированными показателями;
- Сравнение с результатами последних маркетинговых исследований;
- Корректирующие действия (в том числе, корректировка стратегии и тактики маркетинга проекта);
- Предупреждающие действия.

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Управление маркетингом в рамках УП

МАРКЕТИНГ	ХАРАКТЕР ВЗАИМОСВЯЗИ	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ
Маркетинговые исследования	Является частью	Прединвестиционные исследования
Разработка стратегии маркетинга	Является частью	Проектный анализ и бизнес-планирование
Формирование концепции маркетинга	Передает информацию	Разработка проектной документации
Программа маркетинга проекта	Передает информацию и частично пересекается с	Планирование проекта
Бюджет маркетинга проекта	Является частью	Бюджетирование проекта
Реализация маркетинга проекта	Является частью	Контроль и регулирование проекта

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!