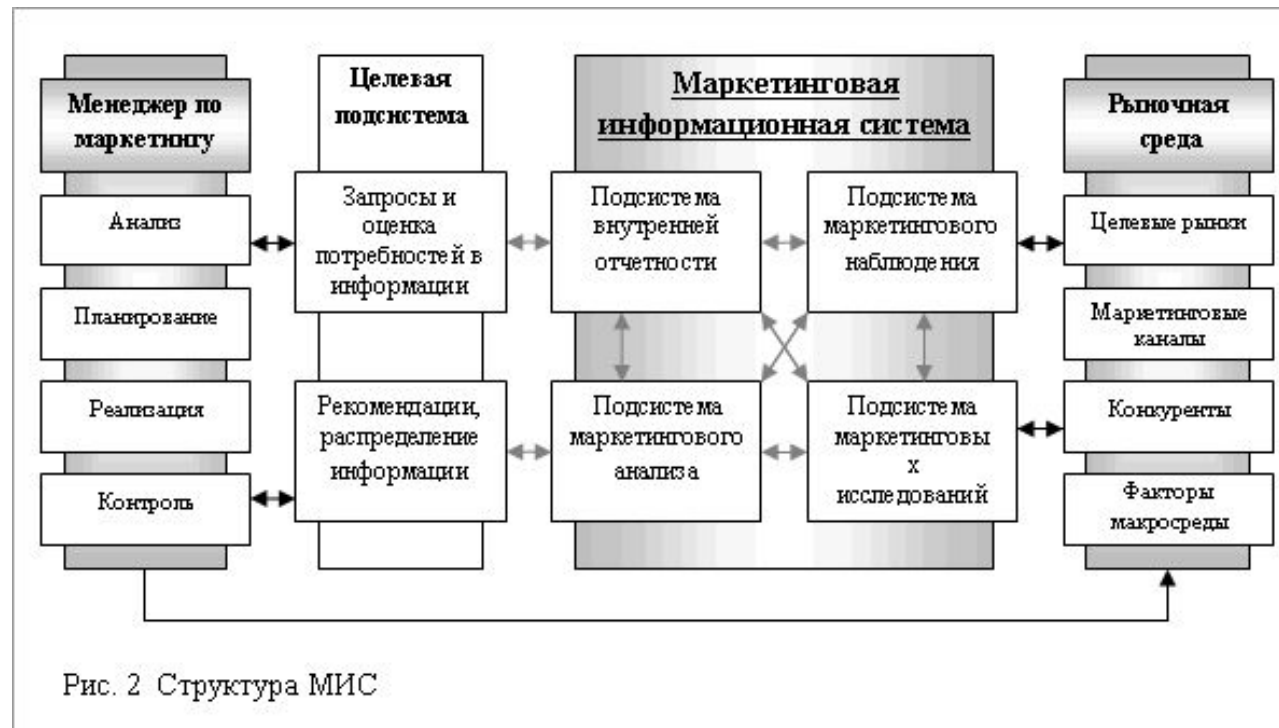


# Маркетинговая информационная система

---

# Понятие МИС

- МИС - это совокупность (единый комплекс) персонала, оборудования, процедур и методов, предназначенная для сбора, обработки, анализа и распределения в установленное время достоверной информации, необходимой для подготовки и принятия маркетинговых решений



# Задачи МИС

---

- раннее обнаружения возможных трудностей и проблем;
- выявление благоприятных возможностей;
- нахождение и оценка стратегий и мероприятий маркетинговой деятельности;
- оценка на основе статистического анализа и моделирования уровня выполнения планов и реализации стратегий маркетинга.

# Структура МИС по Котлеру

---

- Система внутренней отчетности
- Система анализа внутренней маркетинговой информации
- Система наблюдения за внешней средой
- Система маркетинговых исследований:



# Компоненты МИС

---

- Система внутренней информации
- Система внешней информации
- Система информации маркетинговых исследований

# Источники внутренней информации

---

- статистическая отчетность предприятия;
- бухгалтерская отчетность;
- материалы ранее проведенных исследований;
- отчеты ревизий и проверок;
- данные заявок, заказов, договоров;
- поступающие сведения;
- различного рода справки, отчеты;
- деловая переписка

# Источники внешней информации

---

- общей маркетинговой информации (книги общей экономической ориентации, справочники, телевидение, радио,)
- узкопрофильной маркетинговой информации (узкоспециализированные печатные издания, книги)

# Информация

---

- Первичная

↓  
никим не  
обработанные  
данные,  
собранные  
впервые  
специально для  
какой-либо  
конкретной Цели

- Вторичная

↓  
это материал,  
который кто-то в  
свое время  
подготовил в  
обработанном  
виде, преследуя  
свои  
определенные  
цели



# Источники вторичных данных

---

- издания общей экономической ориентации;
- специальные книги и журналы;
- технические каналы средств массовой информации;
- рекламная деятельность массового характера
- выставки, презентации, совещания, конференции, дни открытых дверей;
- издаваемые законы и акты, указы президента;
- выступления государственных, политических и общественных деятелей;
- публикуемые бухгалтерские и финансовые отчеты предприятий;
- публикации специализированных экономических и маркетинговых организаций, различных общественных организаций;

# Управление маркетингом на основе МИС

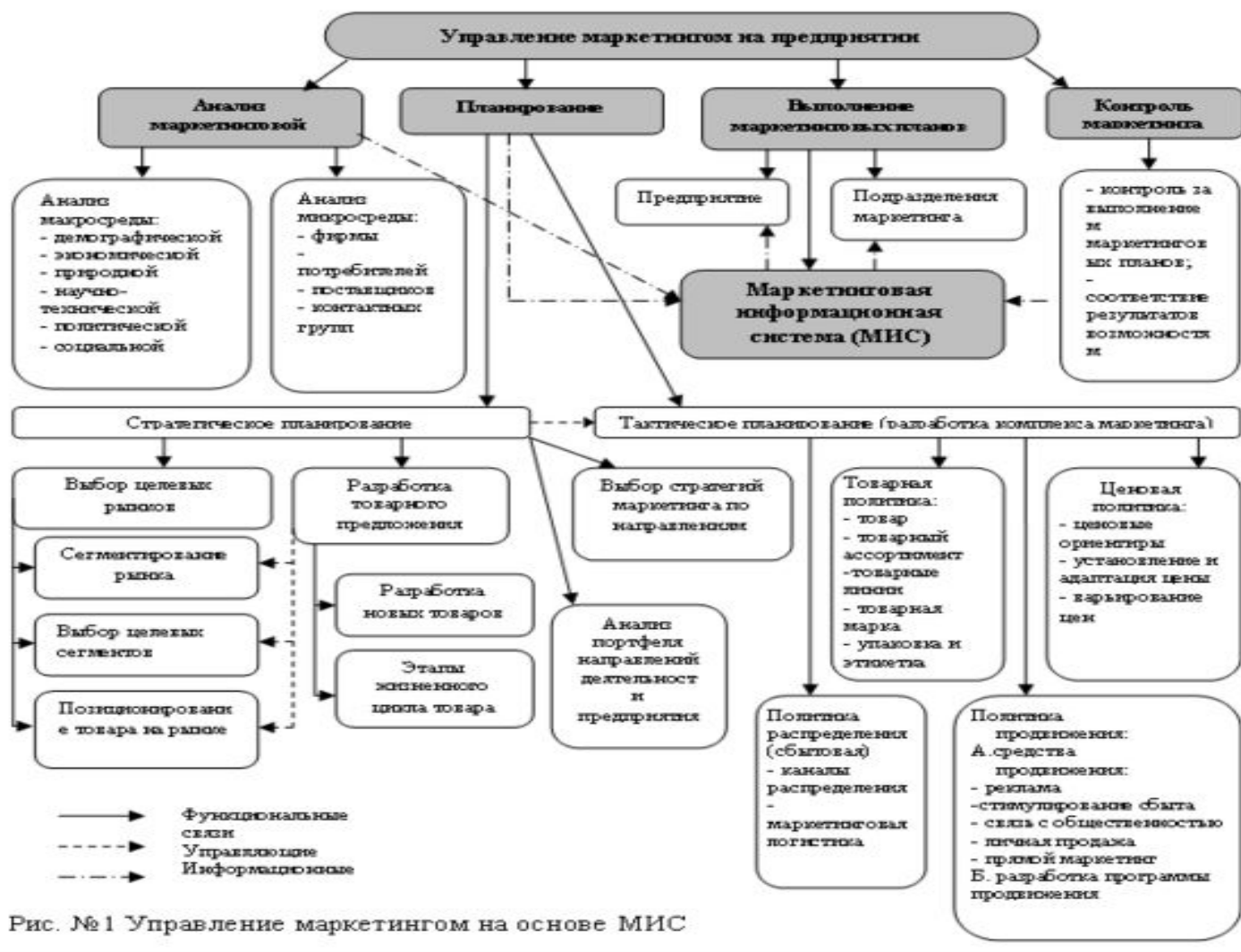


Рис. №1 Управление маркетингом на основе МИС