

Образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»

Маркетинговая стратегия развития бизнеса

Савицкий Александр Сергеевич

Группа ЗМп-5014

2019г.

Цель и задачи выпускной квалификационной работы

Цель – разработка направлений совершенствования маркетинговой стратегии развития бизнеса ООО «Регионторг»

Задачи

Рассмотреть теоретические аспекты маркетинговой стратегии развития бизнеса

Дать организационно-экономическую характеристику организации

Проанализировать внешнее окружение

Провести анализ маркетинговой деятельности организации

Разработать направления по совершенствованию маркетинговой стратегии развития бизнеса ООО «Регионторг» и оценить их эффективность

Различные трактовки на понятие «маркетинговая стратегия»

Трактовки понятия «маркетинговая стратегия» различными отечественными и зарубежными авторами

Григорьев М.Н.

Стратегия маркетинга - это рациональное логическое построение, руководствуясь которым, организация рассчитывает решить свои маркетинговые задачи. Стратегия маркетинга заключается в приведении, возможностей организации в соответствие с ситуацией на рынке, то есть внутреннюю среду- с внешней средой. Стратегий может быть много, главное - выбрать подходящую для каждого рынка и каждого товара, чтобы она отвечала требованиям достижения целей маркетинга

Минко И.С.

Стратегия маркетинга - формирование целей, достижение их и решение задач организации по каждому отдельному товару, по каждому отдельному рынку на определенный период. Стратегия формируется в целях осуществления производственно-коммерческой деятельности в полном соответствии с рыночной ситуацией и возможностями организации

Еремин В.Н.

Стратегия маркетинга – это составная часть всего управления организацией, план ее деятельности. Основная задача стратегии заключается в поддержании и развитии процесса производства, в повышении ассортимента и качества товаров, в освоении новых рынков, увеличении сбыта

Котлер Ф.

Маркетинговая стратегия – это логическая схема маркетинговых мероприятий, с помощью которой организация надеется выполнить свои маркетинговые задачи

Виды маркетинговых стратегий



Этапы формирования маркетинговой стратегии

Основные этапы

```
graph TD; A[Основные этапы] --> B[1 этап: Формулируется перспективное видение организации в будущем]; B --> C[2 этап: Формируется миссия и целей организации]; C --> D[3 этап: Анализа внешней и внутренней среды]; D --> E[4 этап: Формирование маркетинговая стратегия]; E --> F[5 этап: Реализация плана маркетинга]; F --> G[6 этап: Контроль за выполнением плана маркетинга];
```

1 этап: Формулируется перспективное видение организации в будущем

2 этап: Формируется миссия и целей организации

3 этап: Анализа внешней и внутренней среды

4 этап: Формирование маркетинговая стратегия

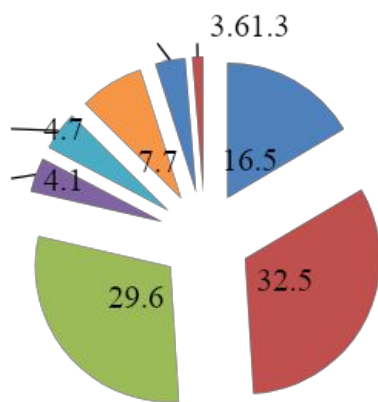
5 этап: Реализация плана маркетинга

6 этап: Контроль за выполнением плана маркетинга

Характеристика ООО «Регионторг»

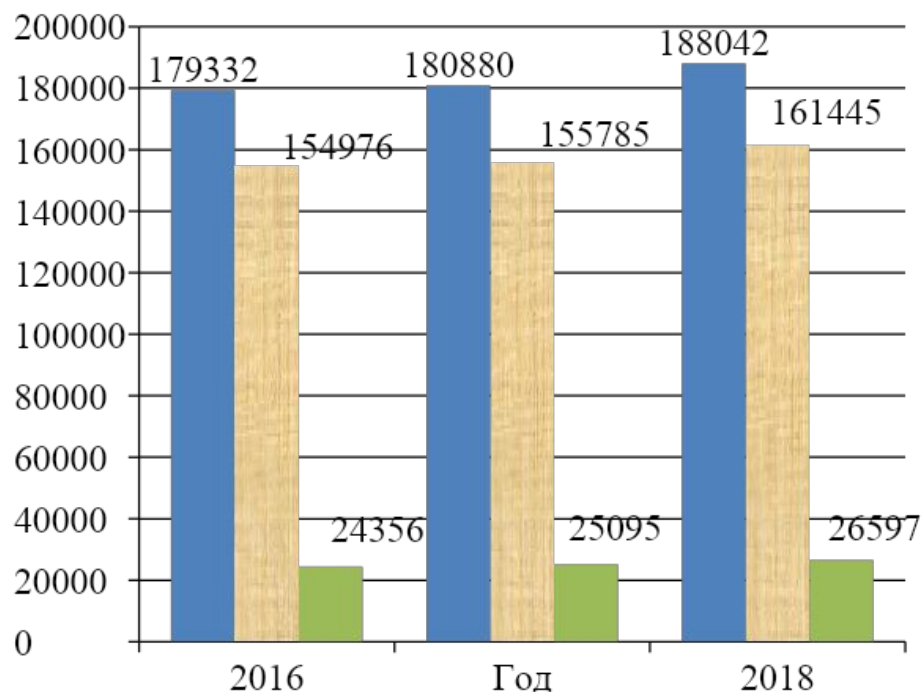
Оптовая и розничная торговля товарами производственно-технического и хозяйственного назначения

Структура товара, %



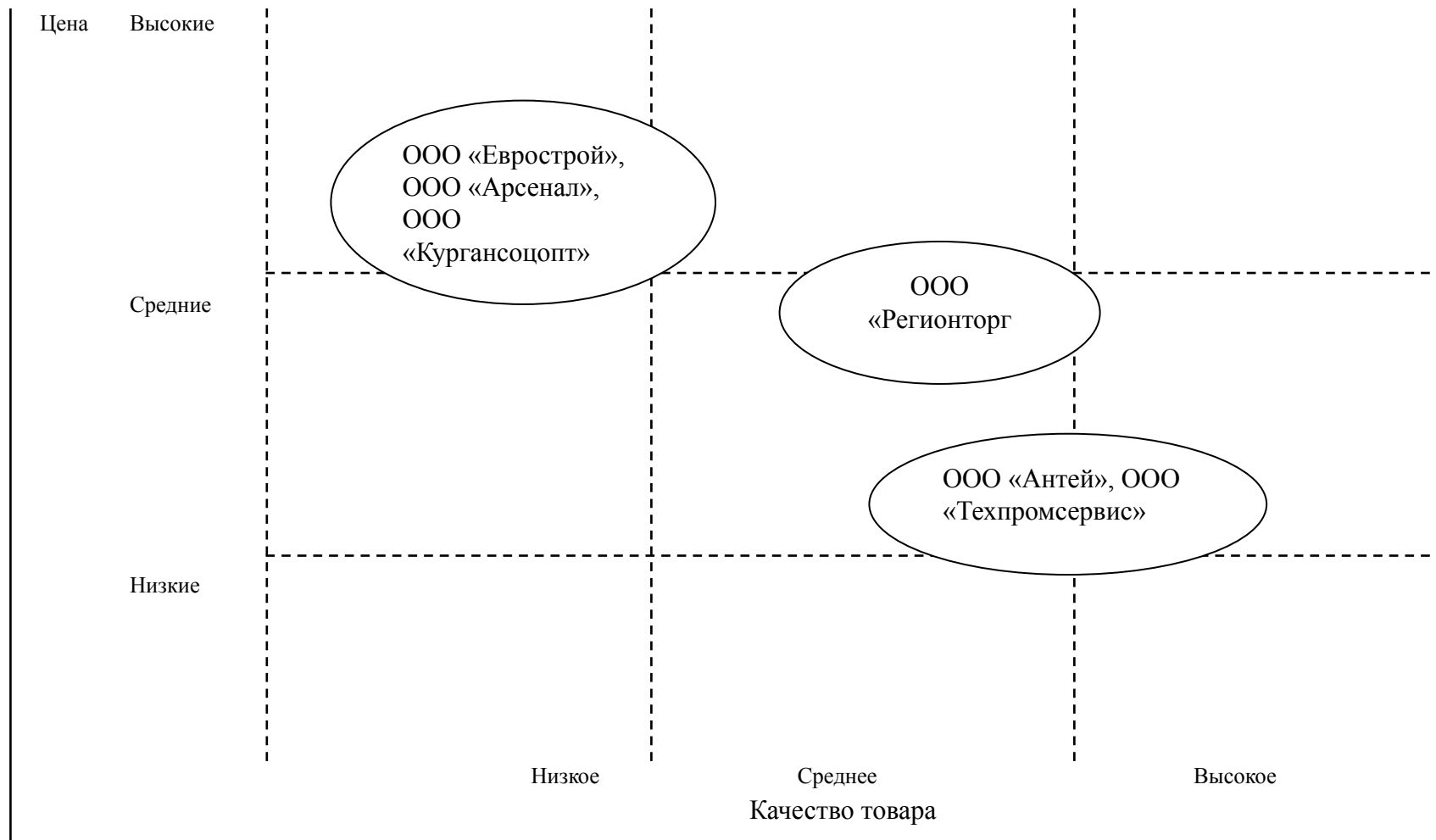
- - сантехника;
- - светоэлектротехническая продукция;
- - строительные материалы;
- - бытовое навесное оборудование;
- - металлопрокат;
- - хозяйственные товары;
- - котлы, calorиферы;
- - прочий товар.

Динамика финансовых показателей, тыс.р.

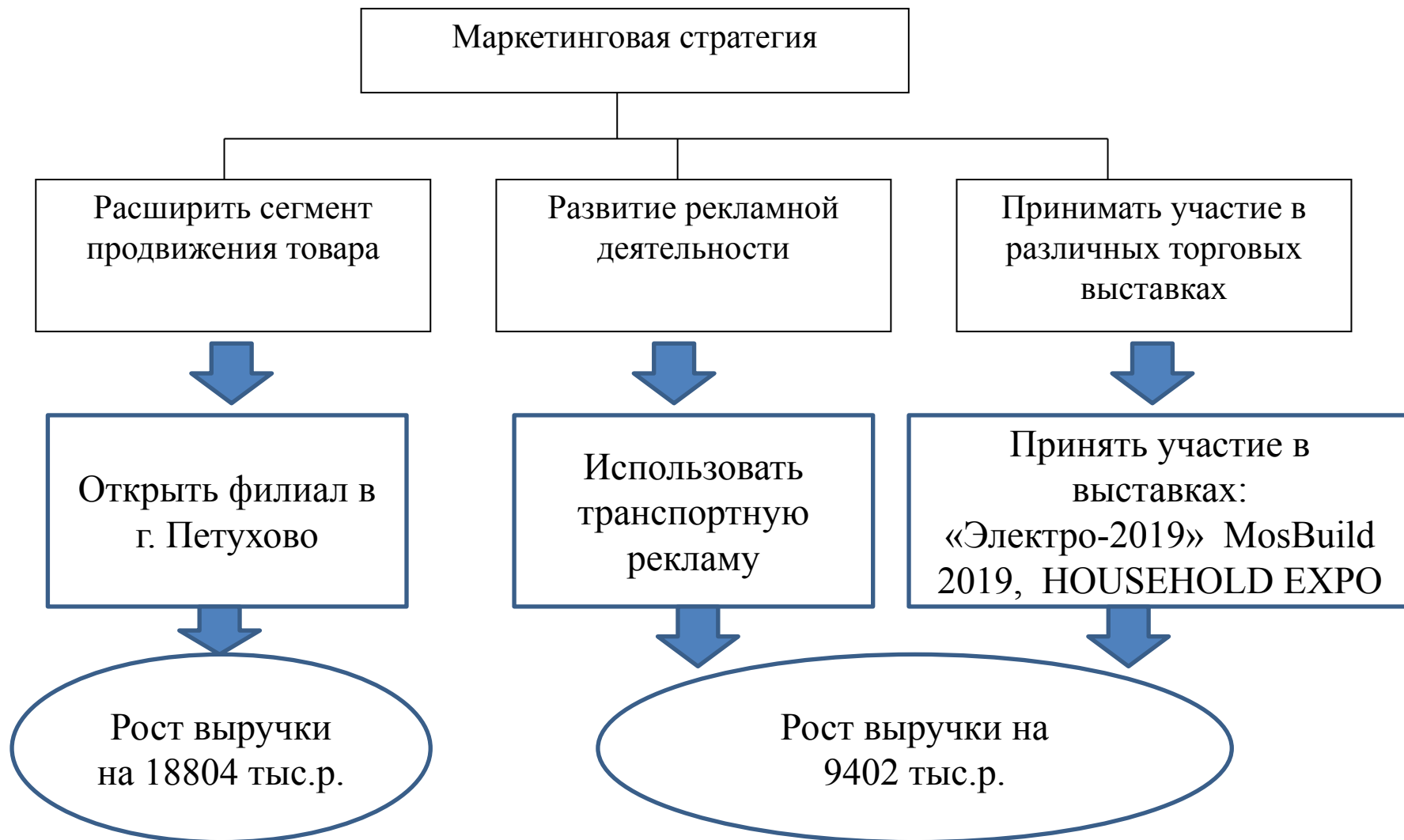


- - выручка;
- - себестоимость продаж;
- - прибыль.

Карта стратегических групп конкурентов



Основные направления развития маркетинговой стратегии ООО «Регионторг»



Эффективность предложенных направлений

