

Совершенствование стратегии управления организацией на основе маркетинговой стратегии

Подготовил:
Климович Артем

Актуальность

В современных условиях каждое туристское предприятие заинтересовано в эффективном управлении своей маркетинговой деятельностью.



Предприятию необходимы следующие умения:

- Умение проводить анализ рыночных возможностей;
- Отбирать подходящие целевые рынки;
- Разрабатывать структуру комплекс маркетинга

Проблема

В России реализация задач стратегического маркетинга усложнена тем фактом, что опыт реального применения страт маркетинга весьма незначителен.

Во многих, даже крупных компаниях, не осознается необходимость организации отдела маркетинга как самостоятельного департамента. Мало внимания уделяется вопросам стратегического планирования, как правило, о стратегических целях организации персонал имеет лишь поверхностное представление.

Динамично развивающаяся деловая среда ставит перед менеджментом целый ряд проблем, одной из важнейших является вопрос о повышении конкурентоспособности имеющегося турпродукта.

Необходимо:

- анализ факторов внешней и внутренней среды тур предприятия;
- анализ конкурентов;
- анализ других важных элементов деловой среды



Выбор стратегии зависит от ситуации, в которой находится предприятие, поэтому маркетинговые программы требуют разработки и применения такой стратегии, которая при заданных условиях максимально отвечала бы государственной экономической политике и в то же время обеспечивала коммерческим структурам необходимую

- эффективность;
- Рентабельность;
- материальную заинтересованность в результатах труда.