

# **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ**

**Климович Артем**

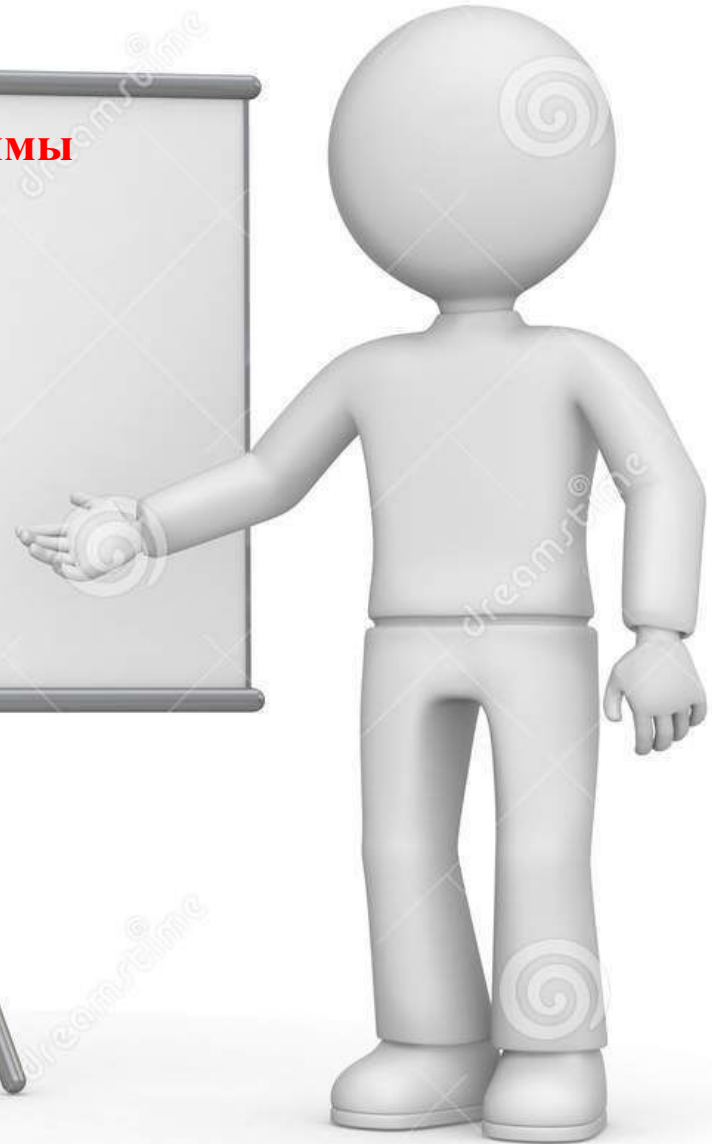
## **Актуальность**

В современных условиях каждое 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



# ПРОБЛЕМАТИКА

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.*



**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.**

**Целью** работы является изучение теоретических основ стратегии маркетинга, анализ эффективности конкурентных преимуществ и факторов успеха выбранного предприятия, разработка направлений совершенствования маркетинговой стратегии исследуемого объекта.



# ЗАДАЧИ

- Определение содержания и сущности категории «маркетинговая стратегия», функций и особенностей этого понятия;
- Раскрытие сущности принципов стратегического маркетингового планирования и анализ возможностей их применения;
- Анализ существующей маркетинговой стратегии выбранного предприятия.





## Задачи

- разработка направлений совершенствования маркетинговой стратегии предприятия;
- представление экономического обоснования предложений по разработке маркетинговой стратегии организации



Предмет  
исследования -  
теоретические и  
практические  
подходы к  
разработке  
маркетинговой  
стратегии.





# MARKETING STRATEGY



## МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

- расширение существующих рынков;
- проникновение на новые рынки;
- поддержание уровня сбыта на существующих рынках;
- концентрация усилий на меньшем числе рынков;
- уход с рынка.



Важным моментом является выбор факторов и параметров, изменение которых предопределяет изменение маркетинговых стратегий (действия конкурентов, величина прибыли и т.п.).

Выбор той или иной стратегии маркетинга, а также инструментов ее реализации в существенной мере зависит от стадии жизненного цикла продукта.

Эффективность использования отдельных инструментов маркетинга в привязке к элементам комплекса маркетинга на разных стадиях жизненного цикла определяется эластичностью или чувствительностью объема продаж к изменению затрат на отдельные инструменты комплекса маркетинга



Спасибо  
за  
ВНИМАНИЕ.