37.«Разработка плана маркетинга»

Описание: План маркетинга – документ, в котором устанавливаются рыночные цели предприятия и предлагаются методы их достижения.

Грамотно составленный план маркетинга поможет в решении проблем, стоящих перед предприятием: повышение прибыльности, привлечение и удержание потребителей, определение наиболее перспективных направлений развития.

План маркетинга подобен карте: он показывает, где находится предприятие в данный момент, куда оно движется и как собирается туда попасть.

План маркетинга:

- систематизирует и доносит до всех сотрудников предприятия те идеи, которые до его составления находились исключительно в голове руководителя;
- позволяет четко установить цели и проконтролировать их достижение;
- является документом, организующим работу всего предприятия;
- позволяет избежать лишних действий, не приводящих к намеченным целям;
- позволяет четко распределять время и другие ресурсы;
- наличие плана мобилизует сотрудников компании.

План маркетинга помогает повысить эффективность работы предприятия за счет четкого определения целей и методов их достижения, устранения неясностей и лишних действий, не приводящих к запланированным результатам.

Развиваемые компетенции: Стратегический подход; Нацеленность на результат; Коммерческая ориентация; Гибкость / адаптивность; Знание бизнеса; Постановка задач и контроль над выполнением; Планирование и организация; Аналитические навыки.

Структура курса: Курс состоит из 5 глав.

Рекомендуемое время изучения: 25 часов.

Целевая аудитория: Руководители предприятий и специалисты.

Авторы курса: Шляхова Ю.А., Вершинский В.А.

Содержание

Глава 1. Принципы разработки плана маркетинга

Лекции
Зачем нужен маркетинг
Зачем нужен план маркетинга
Определение миссии предприятия
Разработка миссии

Практикумы
Когда разрабатывать план маркетинга
Роль плана маркетинга
Алгоритм разработки плана маркетинга
Миссия предприятия

Тесты
15 вопросов для самопроверки

Глава 2. Политика продвижения

Лекции
Разработка программы продвижения
Основные инструменты продвижения
Стимулирование сбыта
Формирование общественного мнения

Практикумы
Установление бюджета на продвижение
Виды продвижения товаров
Стимулирование сбыта
Формирование общественного мнения

Тесты
15 вопросов для самопроверки

Глава 3. Политика сбыта

Лекции
Построение системы сбыта товаров
Особенности каналов сбыта
Определение стратегии ценообразования
Этапы определения цены

Практикумы
Интенсивность распределения
Функции посредников
Ценовые стратегии
Установление цены

Тесты
15 вопросов для самопроверки

Глава 4. Товарная политика

Лекции
Ваш товар – основные вопросы
Жизненный цикл товара
Сегментирование рынка
Позиционирование на рынке

Практикумы	Потребительские товары Жизненный цикл товара Сегменты рынка Цели предприятия
Тесты	15 вопросов для самопроверки

Глава 5. План маркетинга

Лекции	Информация для анализа SWOT анализ Структура плана маркетинга Типичные проблемы постановки маркетинга
Практикумы	План стимулирования сбыта продукции Выбор посредника SWOT-анализ План маркетинга
Тесты	15 вопросов для самопроверки