

Тема 9. Организация маркетинговой деятельности на предприятии и управление маркетингом.

- **Маркетинг как концепция и функция бизнеса.**
- **Организационная структура отдела (службы) маркетинга на предприятии.**
- **Виды организации маркетинговых служб на предприятии.**
- **Система маркетингового планирования.**
- **Концепции управления маркетингом.**
- **Управление маркетингом.**

«Маркетинг – управленческая концепция»

Ф. Котлер

Маркетинг на предприятии проявляется как:

- глобальная (все охватывающая) деятельность компании
- одна из функций компании (наряду с другими)



Организация маркетинга

это структурное построение для управления маркетинговыми функциями, устанавливающее подчиненность и ответственность за выполнение тех или иных заданий.



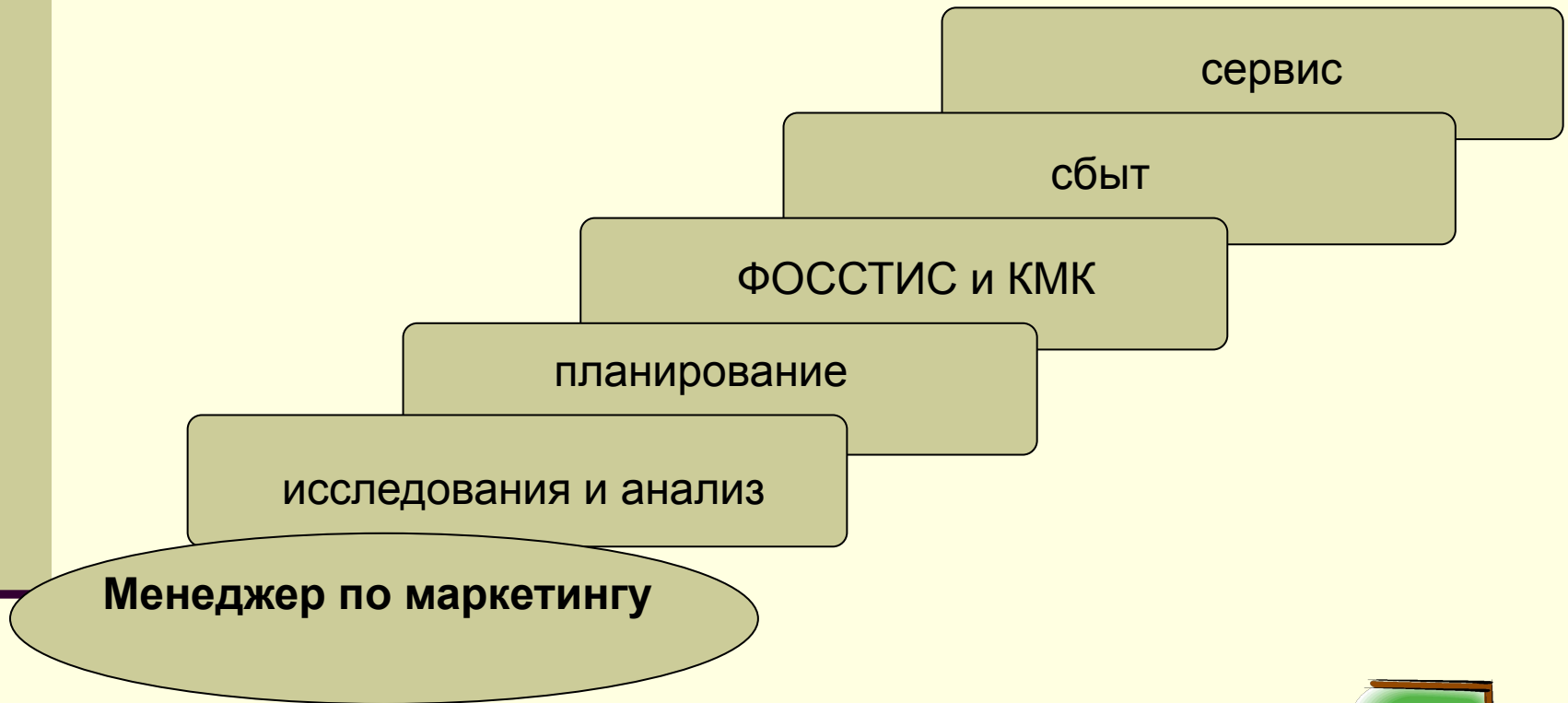
Виды организации маркетинговых служб

- функциональная организация маркетинговых служб
- организация маркетинговых служб по товарам
- организация маркетинговых служб по рынкам (регионам)
- матричная организация маркетинговых служб

Выбор вида организации маркетинговой службы зависит от специфики и особенностей предприятия, товара (его ассортимента) и рынков, охваченных продукцией предприятия.

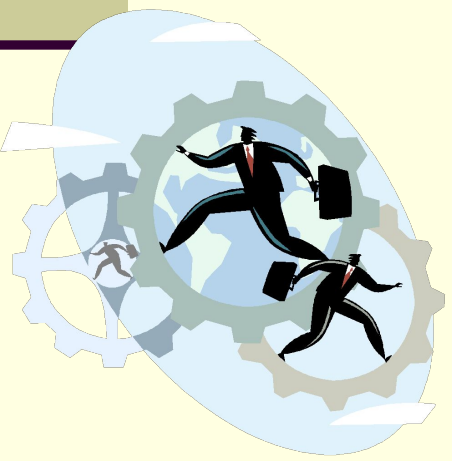
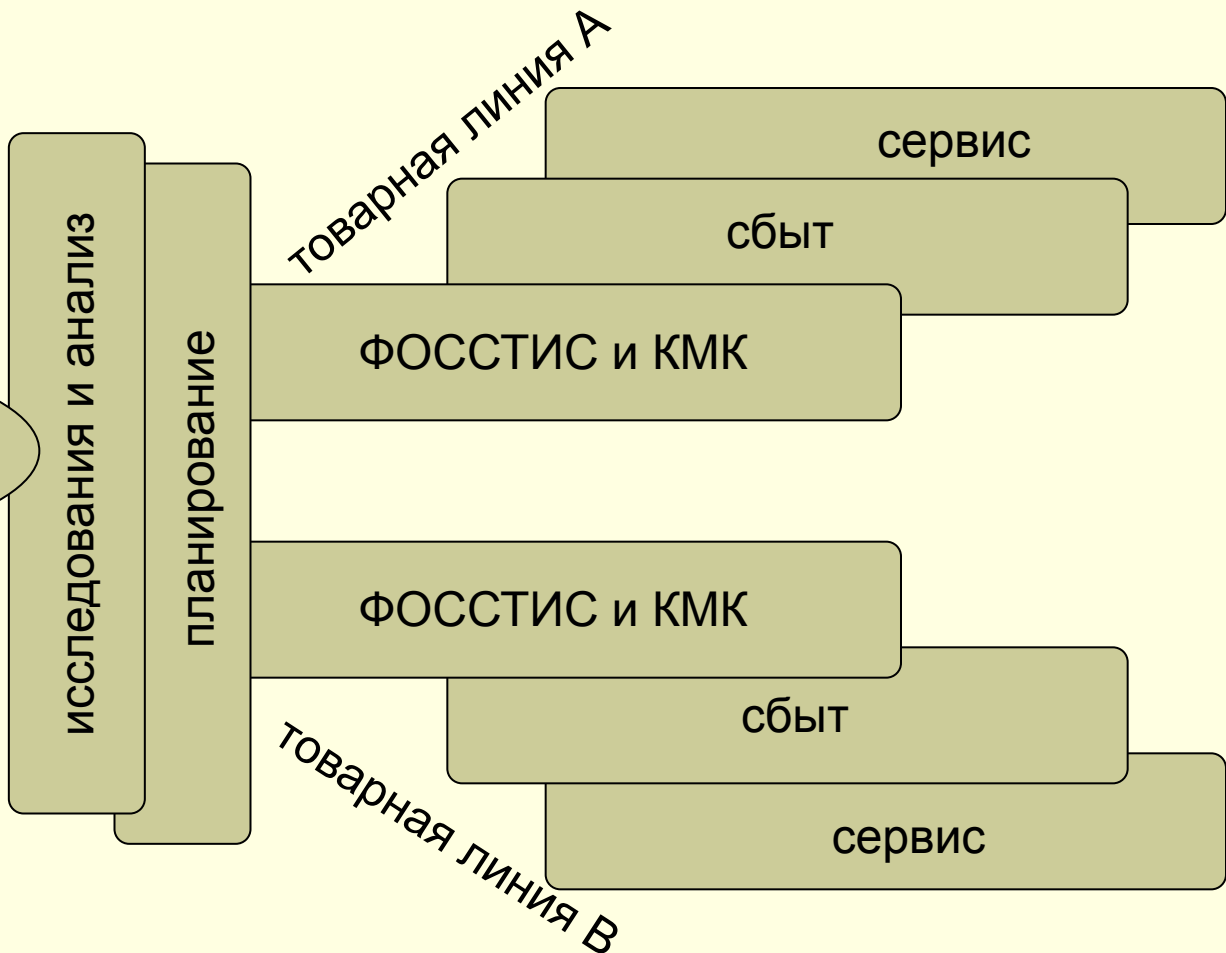


Функциональная организация маркетинговой службы

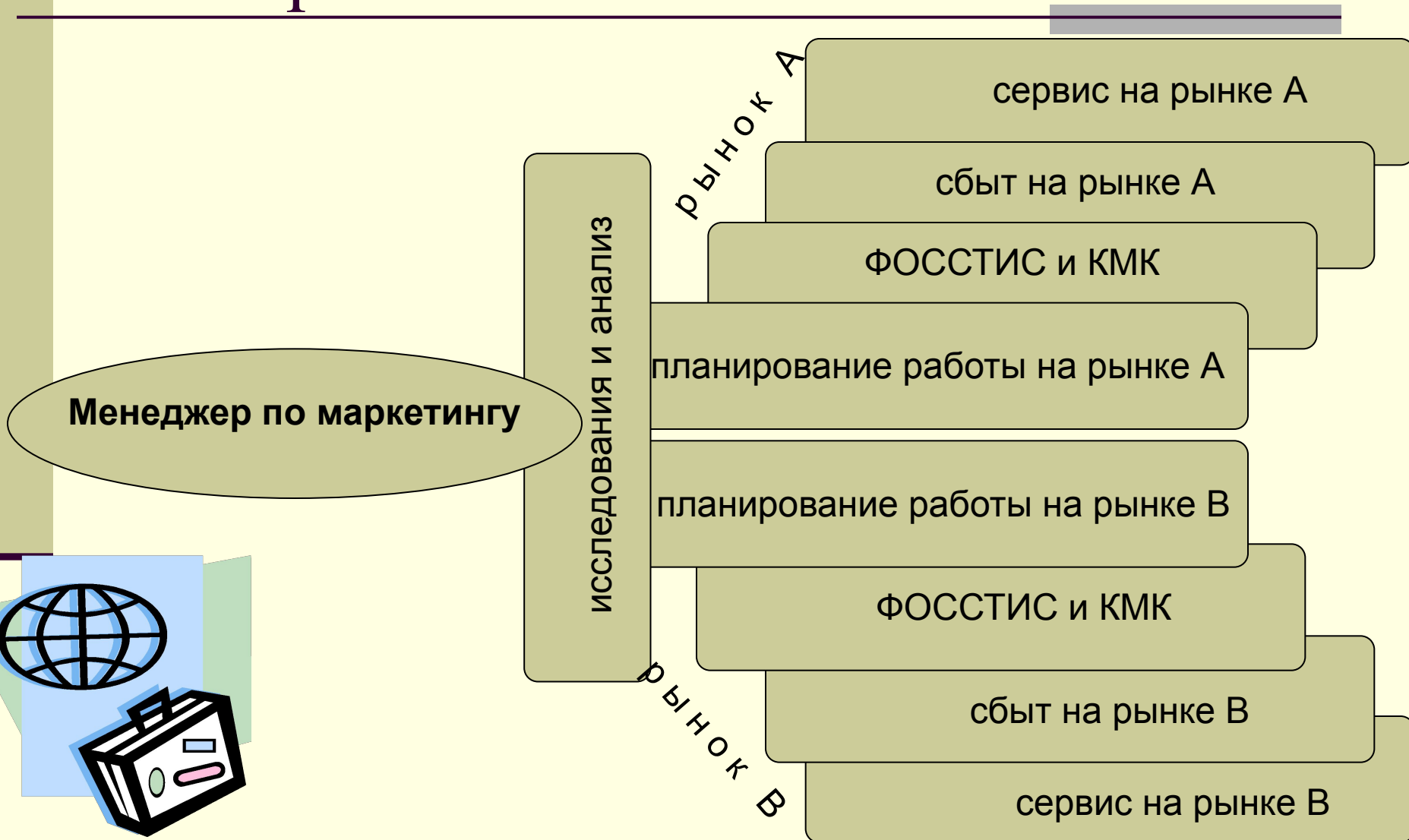


Организация маркетинговой службы по товарам

Менеджер по маркетингу



Организация маркетинговой службы по рынкам



Принципы деятельности маркетолога

- **A** - (attention) внимание к изменениям конъюнктуры рынка;
- **I** - (interest) интерес к потребителю (клиенту);
- **D** - (decision) решение задач в соответствии с целями;
- **A** - (action) активное действие.



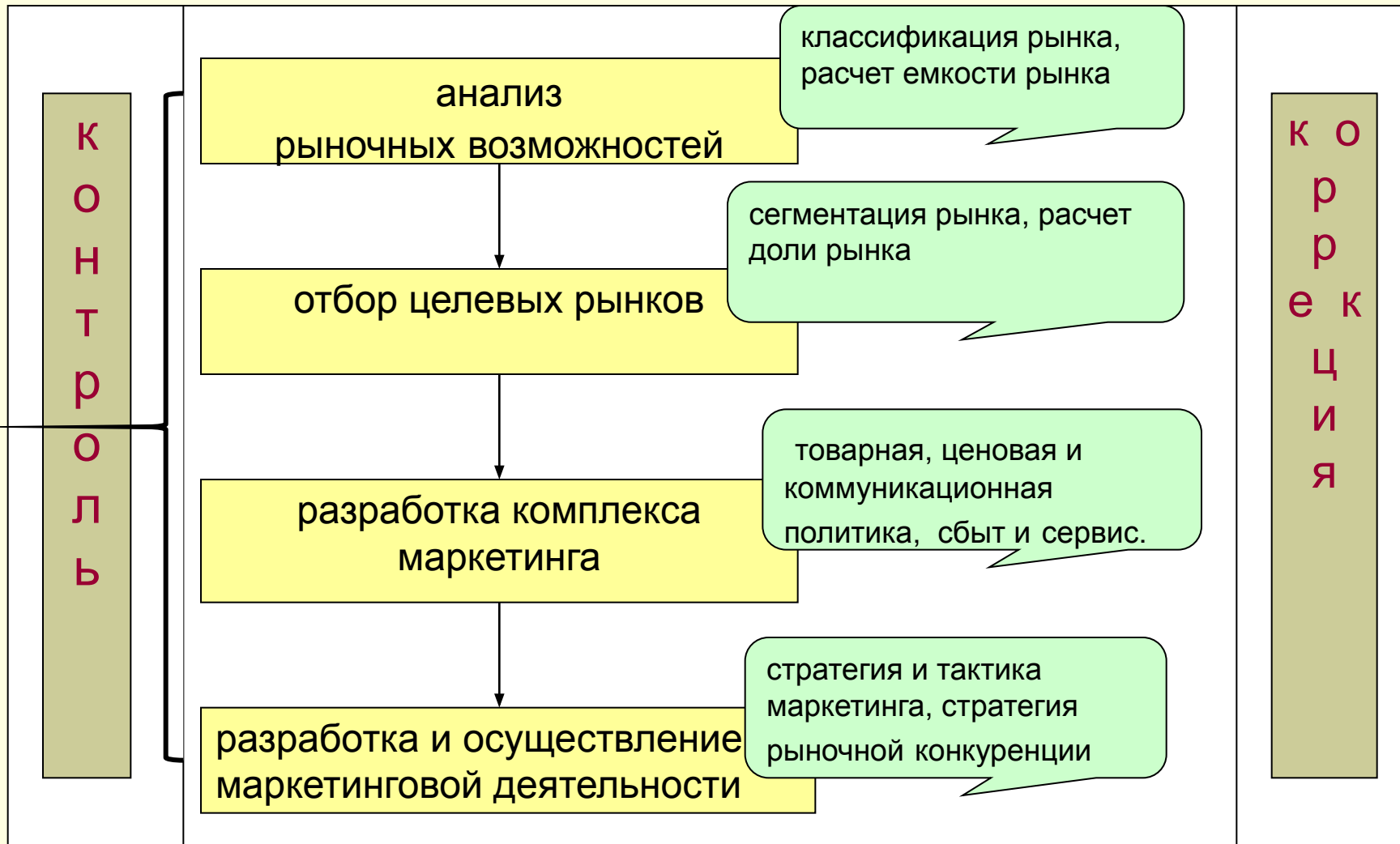
Концепции управления маркетинговой деятельностью

- Управление товаром
- Интенсификация коммерческих усилий (управление сбытом)
- Интенсификация производственной деятельности (управление производством)
- Комплексные маркетинговые преобразования
- Концепция социально-этического маркетинга

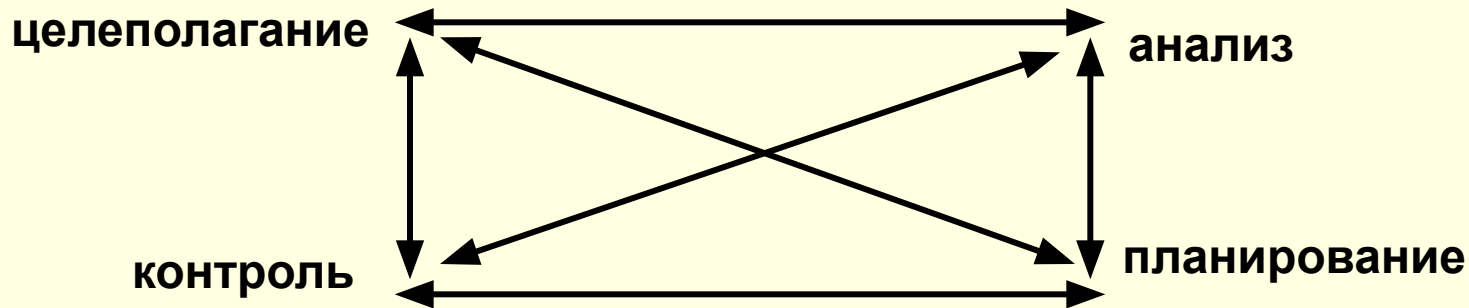


Управление маркетингом -

это последовательный процесс организации и руководства маркетинговой деятельностью.



Система управления – это обоснованная система организации и руководства, основанная на сочетании и взаимодействии основных функций: целеполагания, анализа, планирования и контроля.



- Целеполагание определяет направление и характер деятельности.
- Анализ является основой разработки управленческого решения.
- Планирование позволяет определить возможности предприятия в достижении цели.
- Контроль - процесс проверки, оценки, сопоставления и коррекции результатов.