

План маркетинга

по выведению на рынок нового продукта/услуги

Подготовка проектов - в группах из 4-5 человек.

Формат защиты проектов:
презентация Power Point.

Преамбула

Описание компании:

- структура,
- направления бизнеса,
- рынки,
- ценности: перечень убеждений и принципов, которыми компания руководствуется в своих действиях,
- видение компании: одна-две фразы, показывающие, куда намерена двигаться компания или чем компания должна стать,
- миссия,
- цели: долгосрочные и краткосрочные.

Товар и его ценность: что покупают потребители?

Сегмент (-ты) потребителей.

Структура плана маркетинга

Текущее состояние рынка

- **Основная информация о рынке:**
- тенденции его развития
- уровень конкуренции
- технологии распространения и продвижения товаров

Задачи и проблемы

- **Задачи**
- **Проблемы**, с которыми может столкнуться компания при их выполнении

Маркетинговая стратегия

- **Общий маркетинговый подход, который будет применен для достижения поставленных целей:**
- целевая аудитория
- позиция по отношению к конкурентам (уровень цен, уровень качества)
- методы и каналы продаж и продвижения

Программы действий

- **Мероприятия**
- **Сроки проведения**
- **Предполагаемые затраты**

Бюджет

- **Предполагаемые доходы и расходы** (позволяют дать предварительную финансовую оценку результатов выполнения плана)

Контроль

- **Механизм контроля выполнения плана:**
- анализируемые показатели
- ответственные

Критерии оценки

(5-балльная шкала)

1. Полнота раскрытия пунктов задания. (0,3)
1. Обоснованность предложений и рекомендаций (обоснование с помощью цифр, мнения экспертов и др.). (0,25)
1. Использование рисунков, таблиц, графиков. (0,25)
1. Качество презентации (логичность, системность, убедительность). (0,15)
1. Оригинальность (индивидуальность) решений. (0,05)