

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ**

студент гр. 101910 Фраймович В.Л.

*Научный руководитель – ст. преподаватель Зубрицкий А.Ф.*

Маркетинговый план компании является ключевым при планировании деятельности. Годовой план предприятия, соответственно, устанавливает общие цели предприятия, однако для работы в конкурентной среде маркетинг - усилия на рынке - являются основной функцией предприятия.

План маркетинга подобен маршрутному листу путешественника, является одновременно и картой, и компасом. Маркетинговый план фиксирует текущие позиции (место нахождения) предприятия, векторы движения, целевые точки, и, что самое главное, фиксирует те действия, которые фирма должна предпринять, чтобы попасть в намеченные точки. Чтобы выяснить, зачем нужен план маркетинга, рассмотрим проблемы, которые возникают на предприятии при отсутствии плана маркетинга, а также те результаты, которые предприятие получает после его разработки.

К целям маркетингового плана относятся: систематизация, формальное описание идей руководителей компании, донесение их до сотрудников; установление целей маркетинга, обеспечение контроля их достижения; концентрация и разумное распределение ресурсов фирмы.

Разумно предложить следующий последовательный процесс, в результате выполнения пунктов которого формулируется план маркетинга фирмы. Процесс состоит из шести обязательных к выполнению шагов: определение миссии предприятия; SWOT-анализ; определение целей и стратегии организации в целом; определение задач и программы действий по их реализации; составление плана маркетинга и контроль за его выполнением; составление бюджета маркетинга.