

Маркетингове планування

Терент'єва Н.В., доцент кафедри управління персоналом і маркетингу



Навігація курсом: Що ми розглянемо

01

Вступ до маркетингового планування

Розуміння фундаментальних концепцій та значення в сучасному бізнесі.

02

Аналіз та прогнозування ринку

Методи оцінки середовища та передбачення змін попиту.

03

Розробка маркетингових стратегій

Формування цілей та вибір оптимальних напрямків дій.

04

Практичне застосування та контроль

Створення планів та моніторинг їх реалізації.

Суть маркетингового планування

Маркетингове планування – це ключовий елемент управління маркетинговою діяльністю підприємства, який забезпечує цілеспрямованість, узгодженість та ефективність прийнятих рішень.

Воно передбачає комплексний аналіз ринкового середовища, визначення стратегічних і тактичних цілей, розробку програм дій та системи заходів, спрямованих на досягнення конкурентних переваг.



Чому маркетингове планування важливе сьогодні?

У сучасних умовах швидкої зміни ринкової кон'юнктури, зростання конкуренції та глобальної цифровізації, маркетингове планування виступає інструментом, що дозволяє підприємствам:

Передбачати зміни попиту

Залишатися на крок попереду ринкових тенденцій.

Формувати гнучкі бізнес-стратегії

Швидко адаптуватися до нових умов.

Раціонально використовувати ресурси

Оптимізувати витрати та максимізувати прибуток.

Забезпечувати довгостроковий розвиток

Будувати стале майбутнє для підприємства.



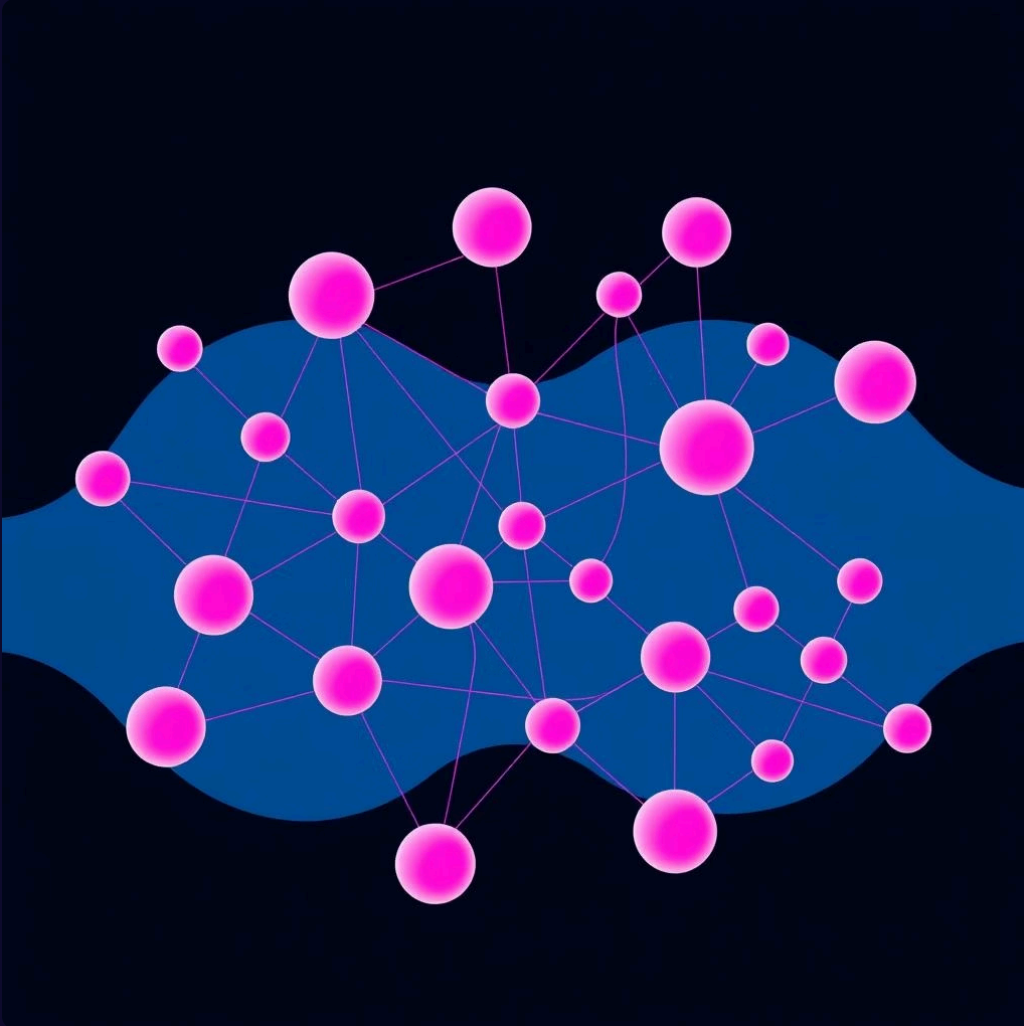
Мета дисципліни: Що ви отримаєте?

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингове планування» є формування у здобувачів вищої освіти:

- Цілісного уявлення про методи, інструменти та етапи планування маркетингової діяльності підприємства.
- Практичних навичок з підготовки маркетингових прогнозів, програм та планів.
- Вміння використовувати сучасні інформаційні технології для ефективного планування.

Об'єкт та предмет вивчення

Об'єкт вивчення



Система маркетингового планування, що охоплює процеси:

- Аналізу та прогнозування.
- Постановки цілей та вибору стратегій.
- Контролю за реалізацією маркетингових заходів.

Предмет вивчення



Закономірності, принципи, методи та інструменти маркетингового планування, які забезпечують:

- Ефективну організацію маркетингової діяльності.
- Координацію всіх маркетингових зусиль підприємства.

Основні завдання дисципліни

Теоретичні основи

Засвоєння фундаментальних знань про планування в маркетингу.

Методи прогнозування

Ознайомлення з інструментами для розробки маркетингових програм.

Аналіз середовища

Розвиток вмінь оцінювати вплив ринку на бізнес-рішення.

Практичні навички

Складання маркетингових планів із використанням цифрових технологій.

Стратегічні рішення

Виховання здатності приймати обґрунтовані тактичні та стратегічні рішення.

Організація та контроль

Набуття досвіду управління процесом маркетингового планування.

Ключові висновки

Маркетингове планування – це не просто інструмент, а філософія ведення бізнесу, що дозволяє:

- **Бути проактивним**, а не реактивним на зміни ринку.
- **Оптимізувати ресурси** та збільшувати прибутковість.
- **Досягати конкурентних переваг** та забезпечувати сталий розвиток.

Ми віримо, що знання та навички, отримані під час вивчення цієї дисципліни, стануть надійним фундаментом для вашої успішної кар'єри в маркетингу!