


Методические материалы
по курсу:



БИЗНЕС-
ПЛАНИРОВАНИЕ

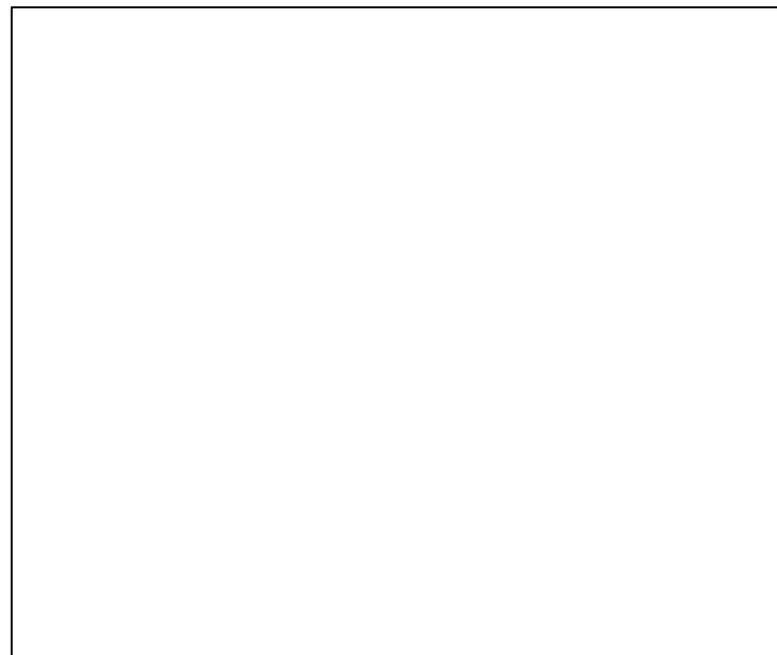
ТЕМА



**Анализ рынка.
План маркетинга**

Основные понятия темы

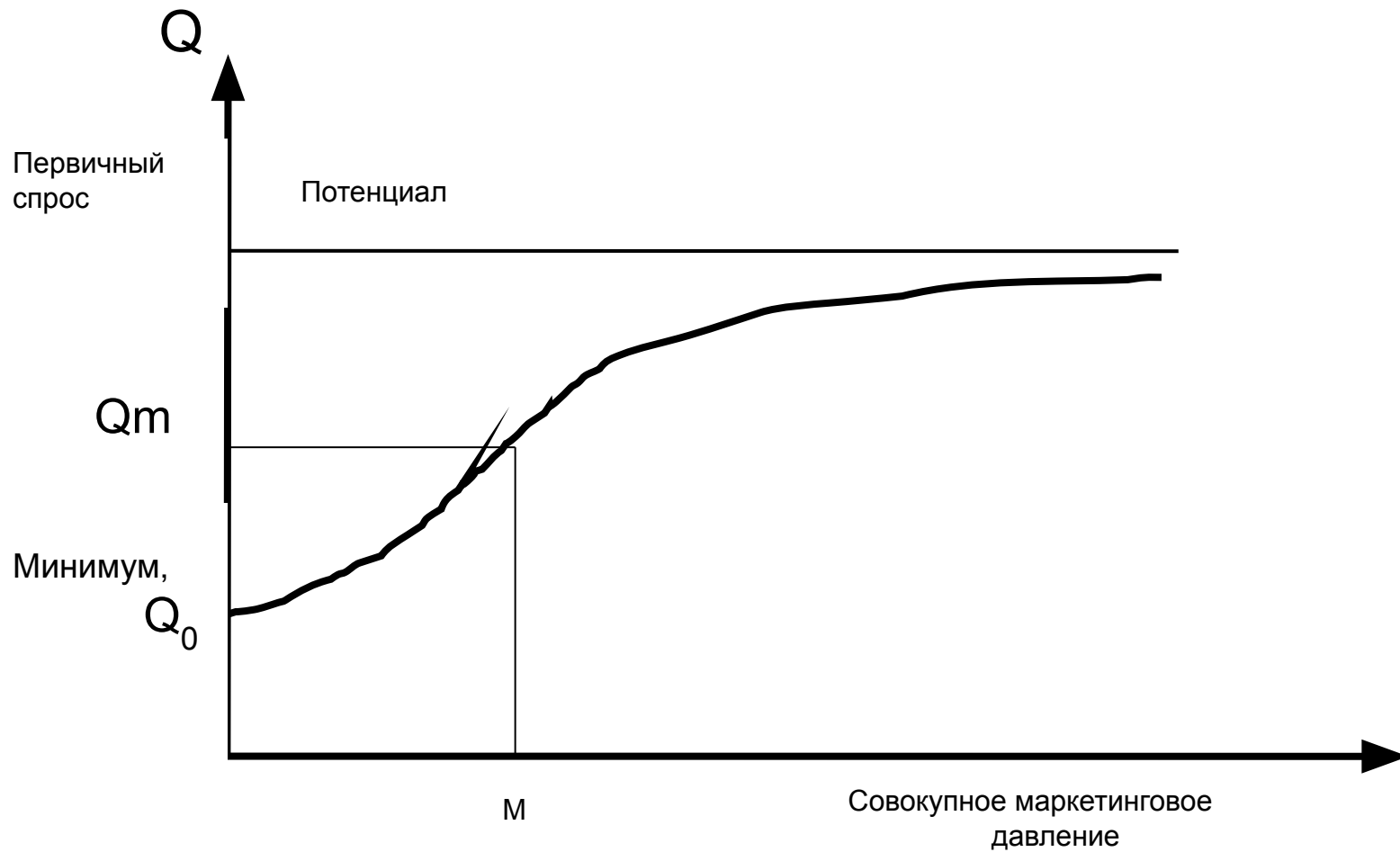
- 1. *Спрос и его виды***
- 2. *Емкость рынка
(сегмента)***
- 3. *Сегментация
рынка***
- 4. *Целевой сегмент***



Анализ и оценка рынка

- **Определение спроса на продукты (услуги)**
- **Структура рынка и его основных сегментов**
- **Анализ конкуренции и др. воздействующих факторов**

Взаимосвязь первичного спроса и общей интенсивности маркетинга



Емкость рынка (E)

$$E = П + О + И - Э,$$

где:

П – объемы производства данного товара в данной стране,

О- остатки товарных запасов на складах предприятий-изготовителей в данной стране,

И – импорт

Э - экспорт

Степень удовлетворения спроса:

$$K_c = \frac{E}{C},$$

K_c – степень удовлетворения спроса

E – емкость рынка (текущая),

C – спрос на данный товар

Типология методов прогнозирования спроса



Рис. Прогнозирование на основе экстраполяции
тенденций предшествующих лет

Основные группы признаков сегментации:

1. Демографические
2. Географические
3. Психологические
4. Поведенческие

Анализ конкуренции и других воздействующих факторов

- ❑ **Основные вопросы по конкурентам**
- ❑ **Результаты анализа конкурентов**

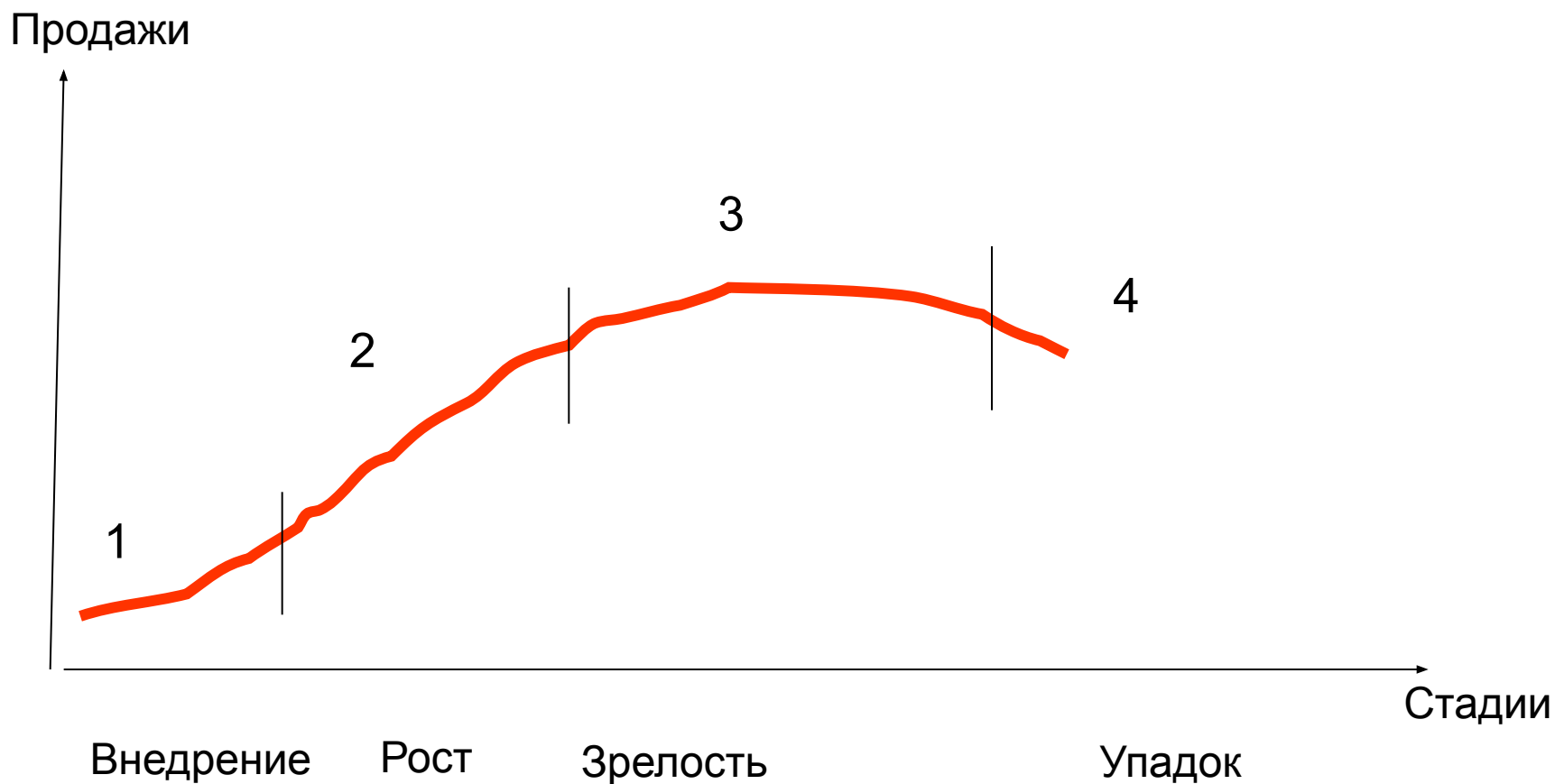
Раздел «План маркетинга»

- Цель раздела
- Структура раздела
 - ***План сбыта продукции***
 - ***Стратегия маркетинга***

План маркетинга: межфункциональные взаимосвязи



Жизненный цикл продукта (услуги)



Прогноз ожидаемых объемов продаж

Наименование продукции (услуг)	Прогноз объемов продаж (шт.)		
	Пессимистический	Наиболее вероятный	Оптимистический
1. Продукт А			
2. Продукт Б			
ИТОГО:			

План сбыта продукции

Наименования продукции (услуг)	По месяцам						Всего за год
	1	2	3	11	12	
1. Объем продаж (шт.)							
2. Цена (руб.)							
3. Выручка от реализации (руб.)							

Стратегия маркетинга

- 1. Главные стратегические установки маркетинга на рынке*
- 2. Товарная стратегия*
- 3. Стратегия ценообразования*
- 4. Сбытовая стратегия*
- 5. Стратегия рекламы и коммуникаций*