

Проектная работа

«Управление интегрированной функцией маркетинга, в компаниях, работающих на рынке B2B»

Аверченко К.С.

Проблема

Проблема данного исследования заключается во внедрении интегрированной функции маркетинга в организационную структуру компании.

Гипотеза

Гипотеза данного исследования: в компании, где существует интегрированная функция маркетинга для охвата всех направлений компании и получения эффективного маркетингового результата необходимо внедрение информационной системы для сбора данных.

Методы

- Матрица Абеля
- Матрица МакКинзи
- SWOT- анализ
- PEST-анализ
- Ограничения

Методы, использованные в исследовании, помогают в полном объеме проанализировать информацию о товаре, а также попытаться разработать решения по маркетинговому управлению.

Цель

Цель данного исследования - рассмотреть маркетинговое управление на примере одного из продуктов компании и разработать методiku для маркетингового управления компанией в целом

Задачи

Задачи, которые решались :

- Исследование потребностей потребителей
- Исследование рынков сбыта
- Исследование продукта
- Исследование ограничений бизнеса, исходящих от руководителей.

Структура исследования

- Описание и составление организационной структуры компании
- PEST анализ (Количественные и качественные ограничения на импорт, уровень банковской сферы, курс валюты, законодательство в области технологического оснащения отрасли, законодательство для определенной отрасли (стандарты)
- Матрица Абеля
- Анализ КИС (Корпоративной информационной системы)
- Разработка ключевых показатели оценки эффективности управления интегрированной функцией маркетинга
- Распределение ключевых показателей по организационной структуре компании
- Основные средства стимулирования сбыта промышленных товаров

Спасибо за внимание.