

Домашнее задание 2

Разработка маркетингового плана проекта (упрощенная версия)

Выполняется в группах студентов (численностью до 5-ти человек) и защищается в аудитории. Файл с распределением студентов по группам для защиты проектов предоставляется преподавателю заранее.

Оцениваются по 5-ти балльной шкале следующие элементы (максимальное количество баллов за задание – 30):

1. Презентация и доклад
2. Достоверность, реалистичность и полнота собранной информации
3. Маркетинговый план (полнота, учёт всех элементов, оформление)
4. Маркетинговая стратегия (обоснование, оптимальность, учёт всех элементов)
5. Эффективность предложенного маркетингового плана
6. Защита плана, ответы на вопросы, дискуссия

При написании маркетингового плана рекомендуется пользоваться лекциями по бизнес-планированию (особенно разделы «Рынок» и «Маркетинговый план», а также опираться на предложенную ниже структуру (но окончательное содержание маркетингового плана формируется студентами).

Маркетинговое планирование – важнейший этап процедур при создании либо организации любого проекта, будь то разработка сайта или распространение продукции. Маркетинговый план позволяет вести воедино все виды маркетинговой деятельности в соответствии с целями проекта, его ресурсами и организацией. Маркетинговое планирование позволяет анализировать применение ресурсов для достижения поставленных целей.

Для удобства создайте себе документ маркетингового плана проекта, в котором будут сформулированы основные цели проекта, его маркетинговая часть и пути достижения целей. Обычно в маркетинговом плане проекта формируются следующие вопросы:

- что конкретно нужно сделать
- ответственный по проекту (если Вы работаете в команде)
- сроки
- результаты
- бюджет

Преимущество, цели и задачи:

- улучшение использования Ваших ресурсов для установления всех Ваших возможностей;
- если Вы работаете над проектом не один, то планирование укрепит командный дух и единство;
- процесс позволит сформировать информационную базу для реализации текущего и будущего проекта.
- планирование позволит уменьшить степень неопределенности риска по проекту (так как идет вложение денег);
- позволяет сконцентрировать все силы и ресурсы на выбранных приоритетах;
- разработка схемы будущего проекта;
- планирование обеспечит взаимодействие между исполнителями проекта;
- возможность определения дальнейшего развития событий, а так же проекта;
- план позволит свести к минимуму конфликтные ситуации.

Разделы маркетингового плана.

1 раздел

Преамбула.

Целевая аудитория.

Цели и задачи проекта, основные направления и деятельность по проекту.

2 раздел

Ситуация на рынке.

Обзор и прогноз развития проектов в Вашей нише.

Наличие конкурентов.

3 раздел

Проблемы и трудности будущего проекта.

Конкурентные преимущества и недостатки проекта.

4 раздел

Цели и задачи.

Определение бюджета для создания и продвижения проекта, издержки и затраты.

5 раздел

Маркетинговая стратегия.

Основные направления маркетинговой компании, используемые для достижения целей и планов.

Какие методы нужны для продвижения и создания проекта, вспомогательные ресурсы, мероприятия.

6 раздел

Программа действий.

Детальный план мероприятий по созданию проекта, с указанием содержания сроков, исполнителей и т.д.

7 раздел

Контроль выполнения плана.

Определение сроков.

Короткий маркетинговый план

P4\ W5	Что?	Зачем?	Когда?	Как?	Сколько?	Кто?
Продукт	Что за продукт/услуга?	Какие потребности он удовлетворит?	Когда должен выйти на рынок?	Как продукт удовлетворит эти потребности?	Цена, объем продаж и т.п.	Какие группы покупателей это купят?
Цена	В какую цену вы будете продавать?	Почему цена именно такая?	Сколько эта цена будет актуальна?	Как цена будет изменяться со временем?	Какой будет объем продаж и маржа?	Будут ли разные цены для разных групп покупателей?
Место	Какие каналы распространения?	Почему выбраны эти каналы распространения?	Как наше присутствие будет меняться в течение жизненного цикла нашего продукта?	Как вы создадите или войдете в эти каналы распространения?	Какова стоимость и отдача каждого канала?	Как разные группы покупателей будут использовать разные каналы?
Продвижение	Какие виды продвижения будут использованы?	Почему выбраны эти способы?	Временные рамки: как наше присутствие будет меняться в течение жизненного цикла нашего продукта?	Как и на чем будет строиться маркетинговая коммуникация?	Какова стоимость и отдача каждого вида рекламы?	Разная реклама для разных групп?