



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

А.В. Збарська



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Тема 7

КОНТРОЛЬ ТА ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ПЛАН

- 1. Сутність, завдання, принципи стратегічного контролю**
- 2. Система контролю на підприємстві та місце в ній стратегічного маркетингу**
- 3. Контроль маркетингу**
- 4. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності під час реалізації маркетингової стратегії**

**Стратегічний
контроль**



**Стратегічний
контролінг**

ЗМІСТОВНІ КОМПОНЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛЮ





Внутрішній контроль



Контроль маркетингу

- Чи досягнуто запланованого?
- Які причини невдачі?
- Що змінити?



Функціональні складові маркетингового стратегічного контролю

Контроль
підготовки
маркетингової
стратегії

Контроль
реалізації
маркетингової
стратегії

Контроль розвитку
кризових явищ

Інструменти оцінки стратегічної програми маркетингу

Оцінка ефективності
маркетингу

Маркетинговий
аудит

Перегляд якості
маркетингу

Перегляд етичної і соціальної відповідальності підприємства



Маркетинговый аудит

ВИДИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛЮ

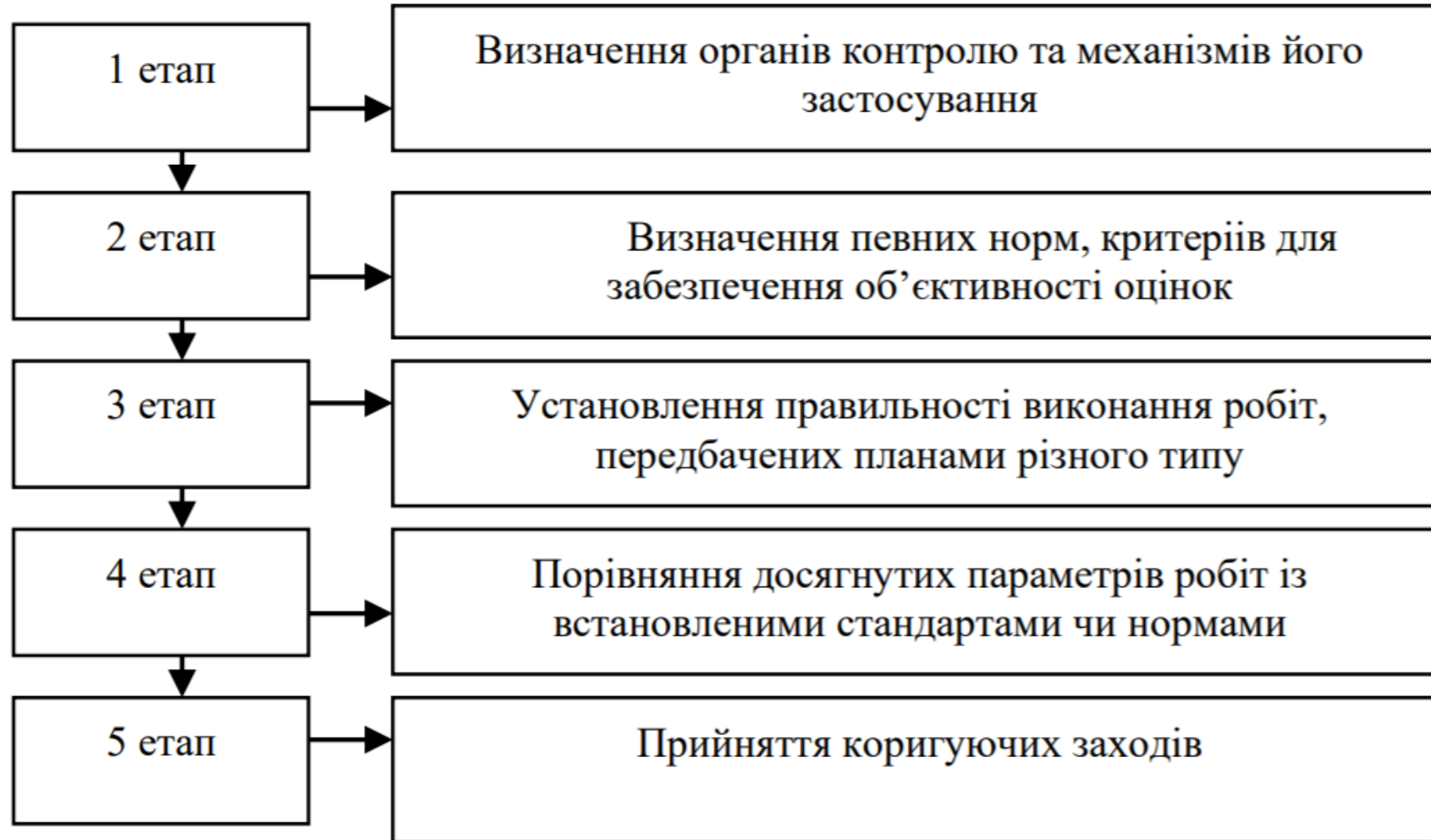


контроль передумов

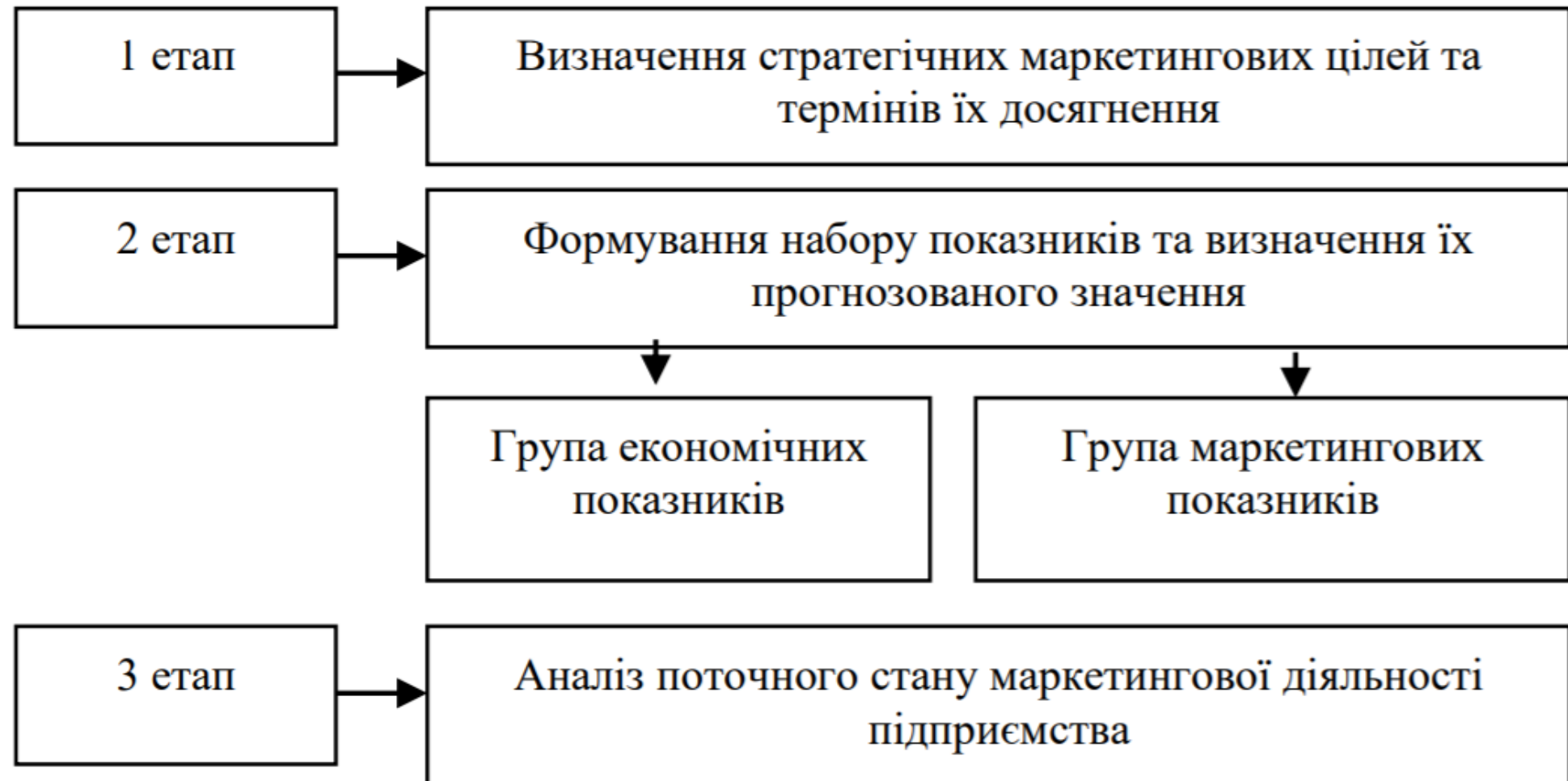
контроль реалізації

стратегічний нагляд

Поетапний процес стратегічного маркетингового контролю



ПРОЦЕС ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ





НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!