Strategia marketingowa firmy na rynku konkurencyjnym na przykładzie firmy budowlanej

Spis treści:

Wprowadzenie

ROZDZIAŁ I. Zarządzanie marketingowe jako wyznacznik sukcesu firmy
1.1 Pojęcie zarządzania
1.2 Funkcje zarządzania
1.3 Rola planowania
1.4 Rodzaje planów
1.5 Strategiczne planowanie marketingowe
1.6 Biznes plan jako element procesu planowania
1.7 Budowanie strategii firmy

ROZDZIAŁ II. Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwa oraz strategia marketingowa
2.1 Istota zarządzania strategicznego
2.2 Misja przedsiębiorstwa
2.3 Proces zarządzania strategicznego
2.4 Zasady strategicznego zarządzania
2.5 Controlling w zarządzaniu strategicznym
2.6 Pojęcie strategii i typowe opcje strategiczne
2.7 Marketing w zarządzaniu firmą
2.8 Marketing strategiczny i strategie marketingowe
2.9 Rodzaje strategii marketingowych

ROZDZIAŁ III. Otoczenie firmy na rynku konkurencyjnym
3.1 Struktura otoczenia marketingowego
3.2 Makrootoczenie przedsiębiorstwa

ROZDZIAŁ IV. Przykładowa strategia firmy handlowej na przykładzie firmy budowlanej

Zakończenie
Bibliografia

Wprowadzenie

Efektywne zarządzanie przedsiębiorstwem nie jest wynikiem stosowania metody prób i błędów, lecz opiera się w nowocześnie funkcjonujących firmach na racjonalnych instrumentach zarządzania. zalicza się do nich metody zarządzania, które stanowią wypróbowane, logiczne zbiory zasad i etapów stosowanych w procesach kierowania zespołami ludzkimi.

Zastosowanie w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstwa określonej metody zarządzania nie może być przypadkowe. Przed podjęciem decyzji wdrożeniowej kierownictwo organizacji gospodarczej powinno:

1) przeprowadzić diagnozę przedsiębiorstwa w układzie: czynniki wpływające na sukces firmy – wyniki gospodarowania,

2) przeanalizować, czy kadra kierownicza stanowi newralgiczny element rozwoju firmy,

3) określić długofalowy program doskonalenia systemy zarządzania przedsiębiorstwem,

4) dokonać wyboru wiązki metod zarządzania adekwatnych do specyfiki firmy.

Po przeanalizowaniu wymienionych zadań należy dokonać wyboru podstawowej metody zarządzania oraz metod wspierających. Podstawowa metoda powinna mieć charakter totalny, tzn. obowiązujący wszystkie podmioty organizacyjne. Jednocześnie na poszczególnych poziomach zarządzania można zagwarantować tzw. wolną przestrzeń zarządzania, w której ramach jest możliwe stosowanie innych cząstkowych metod zarządzania.

Tematem prezentowanej pracy jest „Strategia marketingowa firmy na rynku konkurencyjnym na przykładzie firmy budowlanej”.

Praca składa się z czterech rozdziałów.

Rozdział I pracy to zarządzanie marketingowe jako wyznacznik sukcesu firmy.

Omówiono w nim pojęcie zarządzania, funkcje zarządzania, rolę planowania, rodzaje planów, strategiczne planowanie marketingowe, biznes plan jako element procesu planowania oraz budowanie strategii firmy.

Rozdział II pracy dotyczy zarządzania strategicznego przedsiębiorstwa oraz strategii marketingowej. Przedstawiono w nim istotę zarządzania strategicznego, misję przedsiębiorstwa, proces zarządzania strategicznego, zasady strategicznego zarządzania, controlling w zarządzaniu strategicznym, pojęcie strategii i typowe opcje strategiczne, marketing w zarządzaniu firmą, marketing strategiczny i strategie marketingowe oraz rodzaje strategii marketingowych.

Rozdział III dotyczy otoczenie firmy na rynku konkurencyjnym. Omówiono w nim strukturę otoczenia marketingowego oraz makrootoczenie przedsiębiorstwa.

W rozdziale IV przedstawiono przykładowa strategię firmy handlowej na przykładzie firmy budowlanej.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!