

- необходимость координации и интеграции разнообразных операций в масштабах корпорации;
- усиление позиций в конкурентной борьбе.

Стратегическое планирование нацелено на будущее, имеет многофункциональный характер и комплексное применение для большинства сфер деятельности корпорации, охватывают потребительские проблемы, конкурентное окружение, организационную структуру, структурные подразделения корпорации, распределение или перераспределение ответственности и ресурсов [5].

Библиографический список

1. Брасс А.А. Глушаков В.Е., Кривцов В.Н., Седегов Р.С. Управление персоналом: от фактов настоящего к возможностям будущего: Учебное пособие. – Мн.: Технопринт, 2003.
2. Брасс А.А. Менеджмент: основные понятия, виды, функции: Пособие. – Минск: ООО «Мисанта», 2002.
3. Вершигора Е.Е., Менеджмент, ИНФРА. 2000
4. Виханский О.С. Наумов А.И. Менеджмент: Учебник, 3-е изд. – Гардарика, 1998.
5. Теория системного менеджмента: Учебник / Под общей редакцией П.В. Журавлева, Р.С. Седегова, В. Г. Янчевского: Издательство «Экзамен», 2002.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

К. Голубцова, О. Федосеева

2 курс, факультет экономики и управления
Научный руководитель – **ст. преп. Е.А. Лапа**

Маркетинговые стратегии позволяют определить основные направления маркетинга и конкретные маркетинговые программы. Маркетинговые стратегии формируются на основании комбинаций мероприятий, осуществляемых в рамках маркетингового комплекса: товар, место сбыта, цена, распределение, персонал [1].

Портфельные стратегии – способы распределения ограниченных ресурсов между хозяйственными подразделениями предприятия с использованием критериев привлекательности рыночных сегментов и потенциальных возможностей каждой хозяйственной единицы [1].

Стратегии роста – модель управления предприятием путем выбора видов его деловой активности с учетом внутренних и внешних возможностей [1].

Конкурентное преимущество это те характеристики рыночной деятельности предприятия, которые создают определенное превосходство над конкурентами, что достигается с помощью конкурентных стратегий, способствующих удержанию предприятием определенной доли рынка [2].

Продуктовое лидерство основано на дифференциации товара. Особое внимание уделяется реализации марочной продукции, дизайну, сервису и гарантийному обслуживанию. При этом рост цены должен быть приемлемым для покупателя и превышающим рост издержек. Так формируется «рыночная сила» товара. При использовании этой стратегии основную роль играет маркетинг [2].

Ценовое лидерство обеспечивается в случае реальной возможности предприятия снижать затраты на производство продукции. Особое внимание уделяется стабильности инвестиций, стандартизации, строгому управлению издержками. Снижение издержек базируется на использовании «кривой опыта». При использовании этой стратегии основную роль играет производство [2].

Лидерство в нише связано с фокусированием продуктового или ценового преимущества на узком сегменте рынка. Данный сегмент не должен привлекать особого внимания более сильных конкурентов, такое лидерство чаще всего используется предприятиями малого бизнеса [2].

Библиографический список

1. Жан-Жак Ламбен. Стратегический маркетинг. Наука, 2001.
2. Майкл Портер. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Альпина Бизнес Букс, 2005 г. - 454 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. Берестнева, К. Кондрат

2 курс, факультет экономики и управления
Научный руководитель – **асс. А.Е. Термелёва**

Тематика данного исследования очень актуальна в наше время. Традиционное управление имеет рутинный, непрерывный и повторяющийся характер [1].

Проект – некоторая задача с определенными исходными данными и требуемыми результатами (целями), обуславливающими способ ее решения.

Управление проектом это применение знаний, способностей, инструментов и технологий к широкому диапазону различных действий для того, чтобы выполнить цели проекта.

Основными принципами проектного менеджмента являются целенаправленность, системность, комплексность, обеспечение, приоритетность, экономическое обеспечение выполнения [2].

Рекомендуемый подход к улучшениям в области управления проектами заключается в осуществлении следующих шагов: