

Жесткая конкуренция вынуждает производителей искать новые неординарные способы для продвижения продукции. Реклама, безусловно, способствует продвижению продукции, грамотно составленное рекламное сообщение позволит привлечь большое количество потенциальных покупателей.

Список использованных источников

1. Каптюхин Р. В. Перспективы и проблемы наружной рекламы // Молодой ученый. 2014. №2. С. 442-444.
2. Кузнецова Ю.В. Новые способы продвижения товаров: современные формы маркетинговых коммуникаций в России//Вестник Евразии. 2006. С. 25-46.
3. Лекарева Ю. С. Значение рекламы в продвижении товара в магазине// Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2011. С. 278-281.
4. Лужнова Н. В., Тарануха И. А. Механизм размещения рекламы на различных коммуникативных площадках в сети Интернет // Молодой ученый. 2017. №7. С. 256-263.

К ВОПРОСУ О СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.С. Потапова

Научный руководитель Н.А. Дубровина

Стратегическое планирование - это процесс построение целей и задач организации, формирования четкого плана для получения необходимых ресурсов, которые способствуют функционированию организации.

Развитие стратегического планирования работает на перспективу, предусматривает разработку четких принципов ориентации организации.

Целями стратегического планирования являются:

- определение благоприятных и угрожающих факторов для организации;
- отслеживание новых тенденций на рынке;
- определение и утверждение основной линии развития;
- разработка краткосрочных решений в рамках работы долгосрочного плана;
- составить зарисовку плана для определения сильных и слабых сторон организации;
- утверждение организационной структуры по стратегическому планированию.

Стратегическое планирование можно обусловить как способ контроля и управления деятельностью организации.

Исследование внедрения стратегического планирования показывает, что в основном успех стратегического планирования зависит от культуры общей внешней среды, в которой осуществляется планирование, чем от каких-либо конкретных методов планирования.

Список использованных источников

1. Ажаханова Д.С. Современные подходы к стратегическому управлению // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. - 2013. - № 19. - С. 16 - 18.
2. Стороженко В.В. Современный подход к формированию стратегии управления инфраструктурой предприятия // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. - 2014. - № 17. - С. 35 - 40.
3. Amara, R., Lipinski A. Business planning for an uncertain future: Scenarios and strategies. - NY., 2013. - 220p.