

บทที่ 5 การจัดการการตลาด

การจัดการการตลาด

การจัดการการตลาด

ความหมายของตลาดและการจัดการ
การตลาด

การวิจัยการตลาดหรือการศึกษาตลาด
ประโยชน์ข้อมูลในด้านการตลาด



การจัดทำแผนปฏิบัติการ

การกำหนดพันธกิจขององค์กร

การระบุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์

การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด

การนำแผนไปปฏิบัติและการควบคุม



เรื่องที่ 2 การจัดทำแผนปฏิบัติ

การจัดทำแผนปฏิบัติการ เป็นกระบวนการจัดการที่เป็นระบบในการประเมินโอกาสและทรัพยากร ทางการตลาด ที่สร้างและรักษาความเหมาะสมระหว่างวัตถุประสงค์ขององค์กร กับทรัพยากรที่มี รวมทั้ง โอกาสทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงในระยะยาว เป้าหมายของการวางแผนปฏิบัติการทำกำไร และการเติบโต ในระยะยาว การตัดสินใจทำแผนปฏิบัติการจึงใช้ทรัพยากรในระยะยาว

