



**ТЕХНИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – СОФИЯ**

**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ**

**Катедра „Икономика, индустриален инженеринг и мениджмънт”**

# **ДИПЛОМНА РАБОТА**

**ТЕМА: Разработване на маркетингов план на фирма  
„Медика” АД - гр. Сандански**

**Дипломант**

.....

**Фак. № .....**

**Специалност: ИМ**

**Научен ръководител**

**доц. д-р инж. Н. Танева**

**София 2013 г.**

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

РЕЗЮМЕ.....	6
ВЪВЕДЕНИЕ.....	8
ПЪРВА ЧАСТ ТЕОРЕТИКО – МЕТОДИЧЕСКА .....	9
1. Литературен обзор върху проблемите на маркетинговото планиране.....	10
1.1. Същност, място и значение на маркетинговото планиране.....	10
1.2. Процес на маркетинговото планиране .....	14
1.3. Методически указания.....	19
1.3.1. Системен подход .....	19
1.3.2. Ситуационен подход.....	20
1.3.3. SWOT анализ .....	25
ВТОРА ЧАСТ ПРАКТИЧЕСКА .....	28
2. Анализ на състоянието на изследваната бизнес организация .....	29
2.1. Обща характеристика и представяне на „Медика”АД.....	29
2.2. Мисия и цели на фирмата .....	30
2.3. Анализ на състоянието и маркетинговите проблеми на „Медика”АД.....	31
2.3.1. Анализ на база системен подход .....	31
2.3.2. Анализ на база ситуационен подход .....	42
2.3.3. SWOT анализ .....	67
2.4. Маркетингови цели .....	69
2.5. Стратегии по маркетинговия микс .....	69
2.5.1. Продукт .....	70
2.5.2. Цена .....	72
2.5.3. Дистрибуция .....	73
2.5.4. Комуникации .....	74
2.6. Резултати от маркетинговите анализи .....	76
ТРЕТА ЧАСТ МАРКЕТИНГОВИ ПРОГРАМИ .....	77
3.1. Маркетингови програми за усъвършенстване на продуктовата политика ..	78
3.1.1. Създаване на „Медика”АД.....	78

3.1.2. Разширяване на продуктовия асортимент с нови лекарства .....	82
3.2. Маркетингова програма за усъвършенстване на комуникационната политика .....	83
3.2.1. Реклама в специализирани списания .....	83
3.3. Организиране и реализация на маркетинговия план .....	89
Заключение.....	90
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА .....	91
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	92

## ***РЕЗЮМЕ***

Разработването на настоящата дипломна работа има за цел разработване на маркетингов план на фирма „Медика” АД – гр. Сандански.

Предметът на дейност на фирмата е производство на лекарствени форми и превързочни материали.

Разработването на настоящата дипломна работа има за цел, следвайки логиката на теоретичното положение, да се анализира състоянието на организацията, да се акцентира върху основните проблеми в нейното настоящо развитие и да се предложат някои виждания за бъдещото развитие на дейността ѝ.

Дипломната работа е разработена в три части.

В първата – теоретико – методическа част е направен литературен обзор по проблемите на маркетинговото планиране в една бизнес организация и методическата последователност за изследване и анализиране на дейността ѝ.

Във втората практическа част е направен анализ на съществуващото състояние на фирмата, приложени са системният и ситуационният подход за анализ, SWOT анализ, разгледани са маркетинговите цели и стратегиите по отделните елементи на маркетинговия микс, представени са резултатите от маркетинговите анализи.

В третата част са разработени маркетинговите програми за усъвършенстване на продуктовата и комуникационната политика на фирмата.

По отношение на продуктовата политика моите предложения са свързани с подмяната на главния парен котел ПКМ 12 с нов марка ПКМ 6.5, който е по-ефективен. Също така съм предложила да се разшири продуктивият асортимент, като от пет произвеждани лекарства те да станат петнадесет. Проведени са маркетингови проучвания относно най-търсените лекарства и относителния дял на пазара на всяко едно от тях.

Усъвършенстването на комуникационната политика на фирмата е насочено към провеждане на рекламна кампания в списания, с цел промотиране

и утвърждаване на новите лекарствени форми, както и повишаване на известността на фирмата като фармацевтична компания.

Средствата за организирането на тази рекламна кампания възлизат на 120 000 лв.

Рекламата ще подобри имиджа и известността на фирмата и ще привлече много нови клиенти.

Очаква се през следващите години фирмата да развие и разшири производството на готовите лекарствени форми, търговската марка да се наложи и утвърди на пазара, както и да се олицетворява с високо качество.

В заключение мога да кажа, че дипломният проект е практически реализуем и ще донесе ползи както за самата фирма, така и за потребителите.