**Мд\_РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ Б2Б**

**Стр\_60**

|  |  |
| --- | --- |
| **ВВЕДЕНИЕ** |  |
| **1 ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ** |  |
| 1.1 Теоретические концепции и модели разработки маркетинговой стратегии |  |
| 1.2. Зарубежный опыт разработка маркетинговой стратегии на рынке Б2Б |  |
| 1.3 Методология и методы исследования |  |
| **2 АНАЛИЗ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТОО** |  |
| 2.1 Анализ рынка и позиции компании на рынке |  |
| 2.2. Анализ маркетинговых решений ТОО |  |
| 2.3 Оценка эффективности действующей маркетинговой стратегии компании |  |
| **3 СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА ТОО НА 2023-2025 ГГ**. |  |
| 3.1 Направления совершенствования стратегии маркетинга |  |
| 3.2 Внедрение стратегии маркетинга |  |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** |  |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ** |  |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Ключевым моментом при разработке маркетинговой стратегии компании является анализ внутренней и внешний среды, позволяющие выявить возможности для реализации стратегии. Сущность разработки маркетинговой стратегии заключается в поиске решений, направленных на удовлетворение потребностей потребителей и на получение основных конкурентных преимуществ с помощью инструментария маркетинга.

От эффективности маркетинговой стратегии в непосредственном плане находится результативность деятельности всего предприятия. Без осуществления регулярной деятельности по исследованию внешних рынков не может быть ни прицельной ориентации на рынке, ни самой оптимально поставленной хозяйственной деятельности. Экономическое значение использования маркетинговой стратегии заключается в увеличении оборота основных средств, росте мобильности хозяйственной деятельности и параметров ее конкурентоспособности, реализации необходимой продукции или услуг.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Котлер, Ф. Десять смертных грехов маркетинга / Ф. Котлер.- М.: Альпина Паблишер, 2018.- 157 c.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – СПб: Питер, 2019. – 344с.
3. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика / И.И. Пичурин. - М.: Юнити, 2018. - 48 c.
4. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с.
5. Брюс Д. Хендерсон. Продуктовый портфель / Бостонская консалтинговая группа BCG Review: Бостонская консалтинговая группа, - М: Дайджест, 2018. - 150 с.