Дипломная работа \_Разработка маркетинговых стратегий для эффективного товаропродвижения в digital-среде

Стр\_69

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc165271711)

[1 Теоретические аспекты разработки маркетинговых стратегий для эффективного товаропродвижения в digital-среде](#_Toc165271712)

[1.1 Сущность, роль и значение маркетинговых стратегий в деятельности современных предприятий](#_Toc165271713)

[1.2 Классификация видов маркетинговых стратегий предприятий и методология их формирования](#_Toc165271715)

[2 Оценка действующей маркетинговой стратегии организации на примере ТОО](#_Toc165271717)

[2.1 Общая характеристика и оценка экономических показателей деятельности предприятия](#_Toc165271718)

[2.2 Исследование действующей стратегии маркетинга на предприятии](#_Toc165271721)

[2.3 Оценка эффективности основных стратегий маркетинга и конкурентоспособности предприятии на рынке](#_Toc165271722)

[3 Рекомендации по разработке усовершенствованной маркетинговой стратегии ТОО](#_Toc165271723)

[3.1 Разработка маркетинговой стратегии компании по продвижению в digital-среде](#_Toc165271724)

[3.2 Мероприятия по реализации новой маркетинговой стратегии компании](#_Toc165271729)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc165271732)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ](#_Toc165271733)

#  **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В данной работе мы рассмотрели, как важна маркетинговая стратегия для успеха компании. Мы изучили виды и классификации маркетинговых стратегий, а также методы и подходы к их разработке.

В стратегическом менеджменте существует множество различных стратегий развития компании: производственные, стратегии роста, сокращения, маркетинга, продаж, инвестиционные, финансовые и другие. Чтобы ориентироваться в этом многообразии, стратегии классифицируют, создавая систему и общий язык для менеджеров.

Мы провели такую классификацию и пришли к выводу, что маркетинговая стратегия — один из важнейших стратегических документов. Она определяет направление продвижения продукции или услуг компании на рынке.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 512 с.
2. Минцберг Г. Стратегический процесс [Электронный ресурс] : концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал. Электронный ресурс. Режим доступа: https://clib.me/b/506063-genri-mintsberg-strategicheskiy-protsess-kontseptsii-problemyi-resheniya. 20.04.2024
3. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление / Дэвид Аакер ; [пер. с англ. Е. Виноградова под ред. С. Г. Божук]. - 7-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 495 с.
4. Грант Р. Современный стратегический анализ. Электронный ресурс. Режим доступа: https://institutiones.com/download/books/881-sovremennyj-strategicheskij-analiz.html. 20.04.2024

Абрамов В.С. Стратегический менеджмент: в 2 ч. Ч. 2. Функциональные стратегии: учебник и практикум для вузов. - М.: Юрайт, 2020. - 270 с