

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.291.3я73

Л 83

Рецензент - доктор экономических наук, профессор М.Г. Лапаева

**Лужнова Н.В.**

Л 83 Стратегическое маркетинговое управление: учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2017. - 288 с.

**ISBN 978-5-7410-1642-8**

В учебнике представлены материалы для проведения лекционных и практических занятий по дисциплинам «Методы исследований в менеджменте», «Современная концепция маркетинга», «Современный стратегический анализ», «Маркетинговый анализ и диагностика», «Управление маркетинговыми проектами» для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Материалы для проведения лекционных, практических и контрольных занятий представлены по следующим разделам: методы исследований в менеджменте, современная концепция стратегического маркетинга, стратегический маркетинг на корпоративном уровне управления, стратегический маркетинг на функциональном уровне управления, стратегический маркетинг на инструментальном уровне управления, стратегическое планирование маркетинга, стратегический маркетинговый контроль и аудит. Учебник также содержит контрольные вопросы и тесты для оценки степени освоения изученного материала студентами.

Материалы учебника систематизированы в соответствии с основными разделами дисциплин «Методы исследований в менеджменте», «Современная концепция маркетинга», «Современный стратегический анализ», «Маркетинговый анализ и диагностика», «Управление маркетинговыми проектами» ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, могут быть использованы преподавателями и студентам экономических специальностей при подготовке к занятиям.

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.291.31я73

ISBN 978-5-7410-1642-8

© Лужнова Н.В.,  
Калиева О.М., 2017  
© ОГУ, 2017

## Содержание

Введение.....	7
1 Методы исследований в менеджменте .....	10
1.1 Исследовательская деятельность в управлении.....	10
1.2 Характеристика и классификация исследований .....	14
1.3 Методология научного исследования систем управления .....	17
1.4 Системный подход в исследовании управления.....	21
1.5 Система методов исследований в менеджменте.....	26
1.6 Общенаучные методы исследования .....	29
1.7 Специфические методы исследования.....	46
1.8 Диверсифицированные методы исследования.....	60
1.9 Управление процессом исследования в менеджменте.....	69
Практические задания по разделу 1 .....	83
Контрольные вопросы .....	83
Тесты.....	86
2 Современная концепция стратегического маркетинга .....	94
2.1 Сущность, значение и предпосылки возникновения стратегического маркетинга .....	94
2.2 Современные особенности стратегического маркетинга .....	97
2.3 Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления .....	100
2.4 Понятие стратегической хозяйственной единицы и конкурентных преимуществ .....	105
Практические задания по разделу 2 .....	109
Контрольные вопросы .....	109
Тесты.....	110

3 Стратегический маркетинг на корпоративном уровне управления.....	113
3.1 Привлекательность отрасли и конкурентная борьба (модель М.Портера).....	113
3.2 Маркетинговые стратегии для различных этапов существования рынка .....	118
3.3 Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла товара.....	122
3.4 Методы анализа маркетинговых возможностей .....	125
3.5 Механизм построения матрицы БКГ .....	129
3.6 Механизм применения матрицы Мак-Кинзи .....	131
3.7 Механизм применения матрицы Shell/DPM .....	134
3.8 Особенности использования матрицы «Конкурентоспособность – стадия жизненного цикла» в маркетинговом стратегическом анализе .....	140
3.9 Возможности применения матрицы ADL/LC в маркетинговом стратегическом анализе .....	142
3.10 Использование PIMS-анализа в стратегическом маркетинговом анализе.....	145
3.11 Базовые стратегии развития.....	146
3.12 Конкурентные стратегии .....	151
3.13 Стратегии роста.....	158
3.14 Стратегии сокращения.....	163
Практические задания по разделу 3 .....	164
Контрольные вопросы .....	164
Тесты.....	165
4 Стратегический маркетинг на функциональном уровне управления.....	172
4.1 Сущность, виды и процесс сегментации рынка.....	172

4.2 Выбор стратегии сегментации и стратегический анализ рыночной сегментации .....	176
4.3 Стратегии охвата рынка .....	178
4.4 Стратегии позиционирования .....	182
Практические задания по разделу 4 .....	186
Контрольные вопросы .....	186
Тесты.....	187
5 Стратегический маркетинг на инструментальном уровне управления.....	189
5.1 Стратегические решения в товарной политике .....	189
5.2 Товарные стратегии в маркетинге .....	190
5.3 Ассортиментные стратегии в маркетинге .....	194
5.4 Марочные стратегии в маркетинге.....	199
5.5 Стратегические решения по ценовой политике .....	204
5.6 Стратегии ценообразования для новых товаров.....	208
5.7 Стратегии ценообразования для существующих товаров .....	211
5.8 Стратегии ценообразования для ассортиментных групп.....	212
5.9 Функции участников канала распределения и факторы, влияющие на их выбор .....	215
5.10 Стратегии выбора канала, интенсивности и структуры распределения	219
5.11 Стратегии распределения для оптовой и розничной торговли .....	223
5.12 Стратегические решения в коммуникационной политике .....	225
5.13 Процесс разработки стратегии коммуникации .....	229
Практические задания по разделу 5 .....	234
Контрольные вопросы .....	234
Тесты.....	236

6 Стратегическое планирование маркетинга .....	241
6.1 Общие концепции планирования маркетинга.....	241
6.2 Структура плана маркетинга.....	243
6.3 Процесс планирования маркетинговой деятельности.....	247
Практические задания по разделу 6 .....	252
Контрольные вопросы .....	252
Тесты.....	252
7 Стратегический маркетинговый контроль и аудит .....	255
7.1 Сущность маркетингового контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности .....	255
7.2 Сущность и процесс маркетингового аудита.....	259
7.3 Направления стратегического маркетингового аудита.....	261
Практические задания по разделу 7 .....	270
Контрольные вопросы .....	270
Тесты.....	270
8 Литература, рекомендуемая к изучению по всем разделам .....	273
8.1 Основная литература .....	273
8.2 Дополнительная литература.....	276
8.3 Периодические издания.....	283
8.4 Интернет-ресурсы .....	287