УДК 339.138
ББК 65.291.3
М 69

Рецензент – доктор экономических наук, профессор Е. Г. Чмышенко

Михайлова, О.П.
М 69 Маркетинговая диагностика в управлении промышленным предприятием: монография / О. П. Михайлова; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2017. – 212 с.
ISBN 978-5-7410-1681-7

В монографии систематизированы теоретические положения, дополнен и уточнен понятийный аппарат, являющийся терминологической основой маркетинговой диагностики деятельности промышленного предприятия; обоснована необходимость и выявлены особенности маркетинговой диагностики на предприятиях промышленности. Описаны основные инструменты, методы, модели, составляющие инструментарий маркетинговой диагностики, отличающийся диагностической целевой направленностью, включающий традиционные и инновационные маркетинговые инструменты и методы, распределённые по группам проблем в маркетинговой деятельности промышленного предприятия.

Представлены принципиальная модель методологии маркетинговой диагностики и пошаговый алгоритм реализации технологии маркетинговой диагностики деятельности промышленного предприятия, опирающийся на совокупность авторских разработок по маркетинг-аналитике внутренней и внешней среды. Рассмотрена трёхкомпонентная модель маркетинговой диагностики, предполагающая наличие трех последовательно взаимосвязанных этапов: выявление симптомов рыночной неустойчивости предприятия (предварительное экспресс-диагностирование); установление причин отклонений и факторов, воздействующих на формирование маркетингового потенциала; определение альтернативных путей решения проблем.

Приведены методические рекомендации для практической реализации технологии маркетинговой диагностики на примере предприятий Оренбургской области.

Материалы монографии могут быть полезны студентам, магистрантам, специалистам в области маркетинговой деятельности.

УДК 339.138
ББК 65.291.3

ISBN 978-5-7410-1681-7

© Михайлова О.П., 2017
© ОГУ, 2017

ŋqdqɐeɏ bɆ dəqɆbɏзe d ɛɔɑbɔɐ Ɉqdqɏqɐè

Содержание

Введение…... 4
1 Теоретические основы маркетинговой диагностики промышленного предприятия……………………………………..……………………….. 7
1.1 Средства и методы изучения маркетингового потенциала предприятия…………………………………………………………………………. 7
1.2 Маркетинговая диагностика как основа принятия рациональных маркетинговых решений……...……………………..………………….. 15
1.3 Специфика промышленных предприятий, определяющих предпосылки и особенности проведения маркетинговой диагностики………...……… 25
2 Инструменты, методы, модели в маркетинговой диагностике…………………………………………………….....…………… 40
2.1 Традиционные приёмы и способы исследования……………………… 40
2.2 Методы маркетинговой диагностики внешней среды промышленного предприятия………………………………………………………………... 49
2.3 Матричные и экспертные методы в маркетинговой диагностике…….. 64
3 Методологические основы маркетинговой диагностики промышленного предприятия……………………………………………………... 73
3.1 Цель, предмет, объекты, субъекты и принципы проведения маркетинговой диагностики……………………………………………………... 73
3.2 Методология определения проблемы в маркетинге…………………… 75
3.3 Методика выявления симптомов неудовлетворительной маркетинговой деятельности на предприятии……………………………………… 80
4 Технология проведения диагностики по элементам комплекса маркетинга……………………………………………………………………... 95
4.1 Диагностика организации маркетинга на предприятии……………….. 95
4.2 Маркетинговая диагностика ассортиментной и ценовой политики предприятия……………………………………………………………… 104
4.3 Маркетинговая диагностика систем распределения и продвижения продукции предприятия на конкурентном рынке……………………….. 117
4.4 Диагностика влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия……………………………………………………………… 128
5 Модель маркетингового управления промышленным предприятием на основе диагностики………………………………………………..……… 146
5.1 Направления реформирования маркетинговой деятельности промышленных предприятий на основе диагностики……………………….. 146
5.2 Организация маркетинговой диагностики на промышленном предприятии…………………………………………………..…………… 167
5.3 Информационное обеспечение маркетинговой диагностики предприятия…………………………………………………………………….. 173
Заключение……... 181
Глоссарий дополнительных терминов……………………………………… 186
Список использованных источников………………………........................... 191
Приложения…….. 198

ŋqdqɐeɏ bɆ dəqɆbɏзe d ɛɔɑbɔɐ Ɉqdqɏqɐè