

УДК 339.138:659.44(075)
ББК 65.291.31я7
Ш37

Рецензент:

А. А. Абав — д-р. экон. наук, декан факультета рекламы и связей с общественностью, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы (Российский государственный гуманитарный университет)

Шевченко, Д. А.

Ш37 Стратегический маркетинг : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 352 с.

ISBN 978-5-4499-3153-5

В учебнике представлена оригинальная трактовка стратегического маркетинга организаций коммерческого и некоммерческого сектора экономики. Рассматривается взаимосвязь стратегического и тактического плана, матричный подход, методы конкурентного анализа. Большое внимание уделено цифровым коммуникационным стратегиям, оптимизации сайта, связям с общественностью в социальных сетях, контентной, рекламной, мобильной и электронной маркетинговой активности организации. В работе представлены авторские методики оценки сайта, социальных сетей, интегрированных маркетинговых коммуникаций, специально рассматривается проблема оценки эффективности продвижения брендов в цифровой среде. Содержание и методические достоинства учебника позволяют надеяться, что читатели извлекут из него научную и практическую пользу.

Для студентов, обучающихся по направлению 42.00.00, преподавателей вузов, широкого круга читателей, интересующихся вопросами стратегического маркетинга.

УДК 339.138:659.44(075)
ББК 65.291.31я7

ISBN 978-5-4499-3153-5 © Шевченко Д. А., текст, 2022
© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретическое и практическое обоснование стратегического маркетинга	9
1.1. Понятие стратегического маркетинга и его отличие от тактического маркетинга	9
1.2. Стратегическое планирование на корпоративном уровне	12
1.3. Матричный подход в стратегическом планировании	21
1.4. STEP- и SWOT-анализ.....	28
Глава 2. Стратегический маркетинг как процесс.....	45
2.1. Процесс планирования маркетинговой стратегии фирмы	45
2.2. Основные этапы маркетингового планирования	46
2.3. Выбор маркетинговой стратегии	57
2.3.1. Стратегии роста	57
2.3.2. Стратегия проникновения на рынок	58
2.3.3. Стратегия расширения сегмента.....	59
2.3.4. Стратегия позиционирования товара или услуги	60
2.3.5. Развитие рынка.....	62
2.3.6. Развитие товара.....	64
2.3.7. Вертикальная интеграция.....	66
2.3.8. Диверсификация	67
2.3.9. Удержание рыночной позиции.....	70
2.3.10. «Сбор урожая», отказ от бизнеса и его ликвидация.....	72
Глава. 3. Стратегический маркетинг в условиях конкуренции.....	76
3.1. Концепция конкурентного маркетинга М. Портера	76
3.2. Оценка стратегий	81

Глава 4. Стратегический маркетинговый план.....	85
4.1. Ключевые аспекты стратегического плана маркетинга.....	85
4.2. Стратегический маркетинговый план: основные характеристики.....	86
Глава 5. Целевая аудитория — основа реализации маркетинговой стратегии	93
5.1. «Три кита» маркетинговой стратегии	93
5.2. Сегментирование целевой аудитории.....	95
5.3. Стратегия маркетинга в процессе стартапа	107
Глава 6. Конкурентные маркетинговые стратегии	117
6.1. Понятие, структура и методы конкуренции	117
6.2. Конкурентная стратегия завоевания доли рынка.....	127
Глава 7. Виды и методы конкурентной борьбы	134
7.1. Методы конкурентной борьбы	134
7.2. Выявление сильных и слабых сторон конкурентов	136
7.3. Анализ конкуренции на зарубежных рынках.....	137
7.4. Конкурентный онлайн анализ	137
Глава 8. Стратегический маркетинг товара.....	141
8.1. Стратегическая концепция товарного маркетинга	141
8.2. Стратегический маркетинг на основе модели жизненного цикла товара.....	147
Глава 9. Стратегия ценового маркетинга	152
9.1. Цена и ценообразование в маркетинге	152
9.2. Ценовые стратегии фирмы.....	153
Глава 10. Стратегия сбытового маркетинга	160
10.1. Основные подходы и принципы распределения, сбыта в маркетинге	160
10.2. Особенности стратегии маркетинг в e-commerce	164
Глава 11. Стратегии маркетинговых коммуникаций	168
11.1. Интегрированные маркетинговые коммуникации по модели профессора Д. А. Шевченко.....	168

11.2. Основные характеристики системы маркетинговых коммуникаций.....	171
Глава 12. Стратегический маркетинг в цифровой среде.....	209
12.1. Феномен стратегического цифрового маркетинга	209
12.2. Отличия традиционного и цифрового стратегического маркетинга.....	212
12.3. Методика оценки эффективности сайта профессора Д. А. Шевченко «НКВДИ».....	223
Глава 13. Концепция стратегического цифрового маркетинга по версии профессора Д. Шевченко	227
13.1. Концепция стратегического маркетинга-микс.....	227
13.2. Целевая аудитория цифрового маркетинга.....	233
13.3. Конкурентный анализ цифрового маркетинга	239
Глава 14. Основные направления реализации стратегического маркетинга-микс.....	248
14.1. SEO сайта: поисковая оптимизация	248
14.2. Стратегический маркетинг SEO-оптимизации	252
Глава 15. Стратегический маркетинг-микс: социальные сети.....	260
15.1. Цифровой маркетинг социальных сетей	260
15.2. Стратегия цифрового маркетинга ВКонтакте.....	264
15.3. Методика оценки коммуникаций бренда в социальных сетях профессора Д. А. Шевченко	265
Глава 16. Контентная стратегия маркетинга.....	275
16.1. Основные стратегии контент-маркетинга	275
16.2. Стратегия контент-маркетинга	276
Глава 17. Коммуникационные цифровые стратегии.....	287
17.1. Понимание и классификация новых медиа.....	287
17.2. Стратегия новых медиа.....	293
17.3. Пошаговое руководство по составлению стратегического плана цифрового маркетинга.....	296
Глава 18. Другие стратегии цифрового продвижения.....	302
18.1. Стратегия мобильного маркетинга	302
18.2. Стратегии e-mail-маркетинга	305

18.3. Стратегии прямого электронного маркетинга.....	307
Глава 19. Бренд и брендинг в стратегическом маркетинге.....	313
19.1. Понимание стратегий бренда и брендинга в маркетинге	313
19.2. Стратегия цифрового брендинга	317
Глава 20. Показатели эффективности цифровых стратегий маркетинговых коммуникаций.....	332
20.1. Основные показатели эффективности цифрового маркетинга.....	332
20.2. Оценка эффективности стратегии связей с общественностью в цифровой среде	335
20.3. Принципы работы веб-аналитики. Принципы работы сервиса «Яндекс.Метрика».....	341
Список литературы.....	346