



**Стратегічний маркетинг** : підручник / О. І. Лабурцева, Л. К. Яцишина, О. С. Бондаренко, Т. М. Янковець; за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 248 с.  
ISBN 978-966-918-091-9  
DOI: 10.31617/p.knute.2023-180

Розглянуто роль стратегічного маркетингу в сучасній концепції маркетингової діяльності. Розкрито сутність стратегічного аналізу маркетингового середовища, подано методичний інструментарій оцінювання привабливості ринку та маркетингової конкурентоспроможності бізнесу. Надано характеристику основних груп стратегій маркетингу: стратегій сегментування ринку, вибору цільового сегмента та позиціонування, стратегій конкуренції, стратегій зростання та портфельних стратегій. Okремо виділені питання застосування цифрових технологій в маркетингових стратегіях. Особлива увага приділена сутності стратегічного маркетингового планування та методичним підходам до оцінювання результативності й ефективності стратегій маркетингу, організації впровадження стратегій та здійснення стратегічного контролю маркетингу.

Для студентів ЗВО, які навчаються за спеціальністю «Маркетинг». Матеріал, викладений у підручнику, може бути корисним для аспірантів, викладачів економічних ЗВО, керівників підприємств, директорів з маркетингу, спеціалістів служб маркетингу.

**Зам. 180/23**

**Ціна 240,00 грн**

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	5
<b>Розділ 1. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СУЧАСНІЙ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b> .....	7
1.1. Стратегічний маркетинг у маркетинговому управлінні .....	7
1.2. Стратегія маркетингу: сутність та призначення.....	11
1.3. Класифікація стратегій маркетингу.....	15
1.4. Етапи процесу стратегічного маркетингу .....	18
1.5. Інформаційне забезпечення стратегічного маркетингу.....	25
Питання для самоконтролю.....	29
<b>Розділ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА</b> ....	30
2.1. Стратегічний маркетинговий аналіз .....	30
2.2. Макросегментування ринку та вибір стратегічних зон господарювання .....	33
2.3. Стратегічний аналіз маркетингового макросередовища.....	36
2.4. Стратегічний аналіз маркетингового мікросередовища.....	40
2.5. Підсумкова оцінка привабливості ринку .....	49
Питання для самоконтролю .....	51

<b>Розділ 3. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА .....</b>	<b>52</b>
3.1. Інструменти стратегічного аналізу внутрішнього маркетингового середовища .....	52
3.2. Аналіз ланцюжка цінності для споживачів.....	54
3.3. Оцінювання задоволеності споживачів товарами та послугами підприємства.....	57
3.4. Маркетингова конкурентоспроможність бізнесу.....	67
3.5. Узагальнення результатів аналізу маркетингового середовища .....	72
Питання для самоконтролю .....	82
<b>Розділ 4. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ, ВИБОРУ ЦІЛЬОВОГО СЕГМЕНТА ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ .....</b>	<b>83</b>
4.1. Елементи стратегії маркетингу товарно-ринкової одиниці. Мікросегментування ринку товару .....	83
4.2. Вибір цільового сегмента .....	89
4.3. Позичіонування товару для цільового сегмента .....	92
4.4. Формування стратегій за складовими комплексу маркетингу .....	98
Питання для самоконтролю .....	112
<b>Розділ 5. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....</b>	<b>113</b>
5.1. Поняття маркетингової стратегії конкуренції .....	113
5.2. Маркетингові стратегії конкуренції залежно від джерела конкурентної переваги .....	116
5.3. Маркетингові стратегії конкуренції залежно від стадії життєвого циклу ринку .....	130
5.4. Маркетингові стратегії конкуренції залежно від ринкової позиції компанії .....	143
Питання для самоконтролю .....	152
<b>Розділ 6. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ ТА ПОРТФЕЛЬНІ СТРАТЕГІЇ.....</b>	<b>153</b>
6.1. Елементи стратегії маркетингу стратегічної бізнес-одиниці .....	153
6.2. Маркетингові стратегії охоплення ринку та спеціалізації .....	158
6.3. Маркетингові стратегії зростання .....	165
6.4. Маркетингові портфельні стратегії .....	174
Питання для самоконтролю .....	194
<b>Розділ 7. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ .....</b>	<b>195</b>
7.1. Стратегічний підхід в управлінні цифровим маркетингом .....	195
7.2. Розробка та реалізація цифрових маркетингових стратегій.....	197
Питання для самоконтролю .....	216
<b>Розділ 8. СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ.....</b>	<b>217</b>
8.1. Стратегічне маркетингове планування .....	217
8.2. Результативність та ефективність стратегій маркетингу.....	226
8.3. Організація впровадження стратегії маркетингу.....	238
Питання для самоконтролю .....	242
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>243</b>