Димитрова Світлана Миколаївна. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства на основі бренд-підходу : Дис... канд. наук: 08.00.04 - 2008.

ДимитроваСМОцінкаефективностімаркетинговоїстратегіїпідприємстванаосновібрендпідходу–Рукопис

Дисертаціяназдобуттянауковогоступенякандидатаекономічнихнаукзаспеціальністю–економікатауправлінняпідприємствамизавидамиекономічноїдіяльності–ПолтавськийуніверситетспоживчоїкоопераціїУкраїниПолтава

РозкритовпливбрендунатрансформаціюзмістумаркетинговоїстратегіїпідприємстваВизначеносутністьтазмістмаркетинговоїстратегіїпідприємстванаосновібрендпідходуЗпозиціїбрендпідходузаосновнимспособомпроникненняідіїфірмивмаркетинговомусередовищівизначенопятьмаркетинговихстратегійпідприємстваЗапропонованоалгоритмформуваннямаркетинговоїстратегіїнаосновібрендпідходутапроаналізованофакторияківпливаютьнаефективністьмаркетинговоїстратегіїВиявленоосновнінедолікитаперевагинаявнихметодівоцінкиефективностімаркетинговоїстратегіїпідприємстваОбгрунтованокритеріальніпоказникитарозробленометодоцінкиефективностімаркетинговоїстратегіїпідприємстванаосновібрендпідходуякийдозволяєзробитикомплекснувсеобічнуоцінкуефективностімаркетинговоїстратегіїпідприємстващодорозвиткусвоїхбрендів