

## **Стратегическое управление стоимостью маркетинговых активов предприятия**

### *Первая часть*

#### **МАРКЕТИНГОВЫЕ АКТИВЫ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЕМ**

- постиндустриальные предприятия;
- тенденции постиндустриального развития рынков;
- микроэкономика: от экономики «выталкивания» к экономике «притяжения»;
- активы и отношения участников современного предприятия.
- ✓ стратегический маркетинг менеджмент;
- ✓ актуальные проблемы современного стратегического менеджмента:
  - разработка и формализация бизнес стратегии;
  - сбалансированность долгосрочных и краткосрочных целей;
  - особенности дезинтеграции управления производством, финансами и сбытом;
- ✓ преодоление кризиса модели массового маркетинга;
- ✓ стратегический маркетинг менеджмент - маркетинг менеджмент, ориентированный на ценность;
- ✓ актуальные проблемы оценки управления маркетингом, ориентированным на стоимость бизнеса.
  - маркетинговые инвестиции в активы инновационного предприятия;
  - влияние стратегии на маркетинговые инвестиции предприятия;
  - экономическая природа нематериальных активов инновационного предприятия;
  - классификация и иерархия маркетинговых активов в экономике предприятия.

### *Вторая часть*

#### **МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТЬЮ МАРКЕТИНГОВЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

- оценка и управление стоимостью потребителей;
- потребители как ценнейший ресурс постиндустриальных предприятий;
- стратегия и политика лояльности потребителей в рамках маркетинга отношений;
- анализ и оценка маркетингового актива лояльности при управлении стоимостью потребителя.
- ✓ оценка стоимости бренда;
- ✓ управление брендом;
- ✓ учет, оценка стоимости и эффективности бренд капитала.

- оценка других маркетинговых активов предприятия;
- партнерства, как маркетинговый нематериальный актив предприятия;
- управление стратегическими маркетинговыми партнерствами по товародвижению и послепродажному обслуживанию потребителей;
- учет, анализ и оценка стоимости партнерств;
- маркетинговые исследовательские активы;
- стратегическая роль маркетинг менеджмента в инвестиционной привлекательности предприятия.
- ✓ оценка маркетингового бизнес интеллекта предприятия;
- ✓ маркетинговый аудит;
- ✓ модели оценки маркетинговых результатов и маркетингового вклада в стоимость бизнеса.

## **STRATEGIC VALUE MANAGEMENT OF THE COMPANY MARKETING ASSETS**

*The first part*

### **MARKETING ASSETS IN THE SYSTEM OF THE COMPANY STRATEGIC MANAGEMENT**

- post-industrial enterprises;
- trends of post-industrial markets development;
- microeconomics: from "push" to "pull" economy;
- assets and relationships between participants of modern enterprise.
- ✓ strategic marketing management;
- ✓ current problems of modern strategic management:
  - development and formalization of business strategy;
  - balance of long term and short term goals;
  - special features of the disintegration of production management as well as finance and sales management;
- ✓ overcoming the crisis of the mass marketing model;
- ✓ strategic marketing management - the value-oriented marketing management;
- ✓ current assessment problems of business value-oriented marketing management.
  - marketing investment in the assets of innovative enterprises;
  - the impact of strategy on company marketing investment;
  - the economic nature of intangible assets of innovative enterprises;
  - the classification and hierarchy of marketing assets in the company economy.

*The second part*

### **MARKET VALUE MANAGEMENT METHODS OF THE COMPANY**

## MARKETING ASSETS

- assessment and value management of consumers;
- consumers as the most valuable resource of post-industrial enterprises;
- customer loyalty policy and strategy in the framework of relationship marketing;
- the analysis and assessment of loyalty as a marketing asset under value management of consumers.
- ✓ the brand value assessment;
- ✓ brand management;
- ✓ accounting, value and efficiency assessment of brand capital.
  - evaluation of other marketing assets;
  - partnerships as the marketing intangible asset of the company;
  - the management of strategic marketing partnerships of distribution and after-sales customer service;
  - accounting, analysis and valuation of partnerships;
  - marketing research assets;
  - the strategic role of marketing management in the company investment attractiveness.
- ✓ the assessment of the marketing business intelligence of the company;
- ✓ marketing audit;
- ✓ the evaluation models of the marketing results and marketing contribution to business value.