

**IX Международная научно-практическая конференция «РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»
МОДЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В
УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

DOI: 10.18522/1997-2377-2023-132-5-80-82

УДК: 339

РАЗРАБОТКА СОВРЕМЕННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

З.С. Пашаева, Р.Е. Касумян

Переход к рыночным методам ведения бизнеса приводит к необходимости разработки и реализации стратегий маркетингового развития, позволяющих современным предприятиям приспособливаться к постоянному изменению условий хозяйствования и комплекса факторов, воздействующих на организацию. Рассматриваются особенности и элементы стратегии маркетинга, основные маркетинговые стратегии, используемые современными организациями, показатели эффективности маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: *маркетинговая деятельность, стратегическое планирование, стратегия маркетинга, процесс разработки маркетинговой стратегии, критерии эффективности маркетинговой стратегии*

Литература

1. Беспалько В.А., Вахрушева Н.В., Савина К.С. Современные подходы к реализации и анализу эффективности маркетинговой стратегии // Экономика устойчивого развития. 2019. № 1(37). С. 265–269.
2. Гуриева Л.К., Батагов Г.Э. Возможности интернет-маркетинга современной компании // Управление экономическими и социальными системами региона. Сборник научных трудов / Под ред. С.Ф. Дзагоева. Владикавказ, 2019. С. 120–126.
3. Нормова Т.А., Губиева С.Ю. Анализ стратегий и методов эффективного маркетинга // Научный журнал КубГАУ. 2016. № 117(03). С. 157–159.
4. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения. Минск: БГТУ, 2017. 174 с.

**Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л.
Хетагурова, г. Владикавказ, Россия**

13 октября 2023 г.
