



**РЭУ.РФ**

РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

**Р.Р. Сидорчук**

# МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, ИНСТРУМЕНТЫ, МЕТРИКИ, ПОКАЗАТЕЛИ

Рекомендовано

Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО  
в качестве **учебника** для направления подготовки  
бакалавриата и магистратуры «Менеджмент»

**BOOK.ru**

ЧИТАТЬ ONLINE 

**КНОРУС • МОСКВА • 2026**

# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

Введение.....	5
<b>Глава 1. ВВЕДЕНИЕ В ПЛАНИРОВАНИЕ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Базовые определения.....	7
1.2. Стратегические и тактические планы маркетинга .....	15
1.3. Методы разработки планов .....	22
1.4. Структура маркетингового плана.....	35
1.5. Применение искусственного интеллекта в маркетинговом планировании.....	39
Вопросы и задания для закрепления материала по главе 1 .....	41
<b>Глава 2. АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ.....</b>	<b>43</b>
2.1. Маркетинговая среда и инструменты анализа макросреды .....	43
2.2. Инструменты анализа микросреды организации.....	54
2.3. Выявление ключевых факторов успеха.....	66
Вопросы и задания для закрепления материала по главе 2 .....	70
<b>Глава 3. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ         И SWOT-АНАЛИЗ .....</b>	<b>72</b>
3.1. Инструменты анализа внутренней среды .....	72
3.2. Методика проведения SWOT-анализа .....	87
Вопросы для закрепления материала по главе 3 .....	96
<b>Глава 4. ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ         МАРКЕТИНГА .....</b>	<b>97</b>
4.1. Целеполагание в маркетинге .....	97
4.2. Инструменты стратегического анализа и выработки стратегий на разных уровнях управления .....	105
4.3. Разработка инструментальных стратегий маркетинга .....	135
Вопросы и задания для закрепления материала по главе 4 .....	140
<b>Глава 5. РАЗРАБОТКА ОПЕРАЦИОННЫХ ПЛАНОВ МАРКЕТИНГА ....</b>	<b>142</b>
5.1. Принципы операционного маркетингового планирования .....	142
5.2. Разработка мероприятий операционного планирования маркетинга.....	150
Вопросы и задания для закрепления материала по главе 5 .....	164

<b>Глава 6. МЕТРИКИ, ЮНИТ-ЭКОНОМИКА И СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ</b> .....	165
6.1. Метрики и показатели маркетинга .....	165
6.2. Юнит-экономика и сбалансированная система показателей.....	191
Вопросы и задания для закрепления материала по главе 6 .....	202
<b>Глава 7. АУДИТ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	203
7.1. Инструменты аудита маркетинга .....	203
7.2. Аудит и экспресс-аудит стратегического планирования маркетинга.....	211
Вопросы для закрепления материала по главе 7 .....	226
<b>Литература</b> .....	227
<b>Приложения</b> .....	230
Пример годового плана маркетинга .....	230
Матричные методы и инструменты для использования в маркетинговом планировании .....	232
Методика составления перечня потенциально значимых переменных для сегментации рынка .....	235
Пример годового плана маркетинга транспортной организации .....	237